

Farm-Success

training farmers for sustainable succession processes

Den Generationenwechsel auf landwirtschaftlichen Betrieben verstehen:
Persönliche Ziele, Fähigkeiten und Selbsteinschätzung

Technische
Universität
München



HOF UND
LEBEN



Asociace
soukromého
zemědělství ČR



Unterstützt vom Erasmus+
-Programm der
europäischen Union

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.
Project N°: 2015-1-DE02-KA202-002390

Inhalt

1. Einführung



2. Selbsterkenntnis



3. Umgebungsanalyse



4. Ziele



Quellenangaben

1. Einführung

Zu Beginn eines jeden Prozesses und besonders im Unternehmensbereich ist eine **vorläufige Analyse** der Ausgangssituation nötig. Dies erfordert einen Analyseprozess, bei dem die eigene Position in Bezug auf verschiedene Faktoren bewertet wird, die den zu initiierten Prozess oder die zu initiierte Aktivität beeinflussen.

Analyse ist der Prozess, durch den ein Thema in seine **einzelnen Aspekte aufgegliedert** wird, aus denen es besteht. Diese werden dann analysiert und betrachtet und anschließend wieder zusammengesetzt, um eine neue Realität zu bilden, die an unseren Ansatz angepasst ist.

Wir werden hier die verschiedenen Elemente und Faktoren beleuchten, die die Hofnachfolge betreffen und zur **Reflexion der Situation** beitragen. Mit diesem Wissen können wir Bereiche identifizieren, die es zu verbessern gilt und die für die Hofübergabe von Relevanz sind.

Durch **bessere Selbsterkenntnis** können wir konkrete Ziele definieren, um jeden der betroffenen Bereiche zu verbessern oder zukünftige Strategien für die Entwicklung und Veränderung unseres Betriebs festlegen.

Der Zweck dieses Moduls besteht darin, Ihnen dabei zu helfen, **verschiedene Dimensionen Ihrer Umgebung zu analysieren**, um einen Überblick über Ihre Stärken und Verbesserungsmöglichkeiten zu erhalten und so den Nachfolgeprozess in Ihrem Familienbetrieb positiv zu unterstützen.

Dazu werden wir eine persönliche SWOT-Analyse durchführen, die auf der **Bewertung mehrerer Dimensionen** basiert und Ihre Umgebung sowie Sie persönlich betrachtet. Aus der Analyse dieser Dimensionen bekommen Sie eine klare und umfassende Vorstellung davon, welche Bereiche verbesserungswürdig sind und welche Dimensionen es während des Übergabeprozesses zu beachten gilt.

1. Einführung

Diese zu verbessernden Aspekte können durch die **Definition von Zielen** spezifiziert werden. Hierfür zeigen wie Ihnen, wie Sie geschäftliche, Management- oder persönliche Ziele entwickeln, um als Person und Unternehmer Fortschritte zu erzielen, Ihren Hofübergabeprozess und Ihr Familienunternehmen zu entwickeln

1. Einführung

1.1. DER PROZESS DER SELBSTEINSCHÄTZUNG

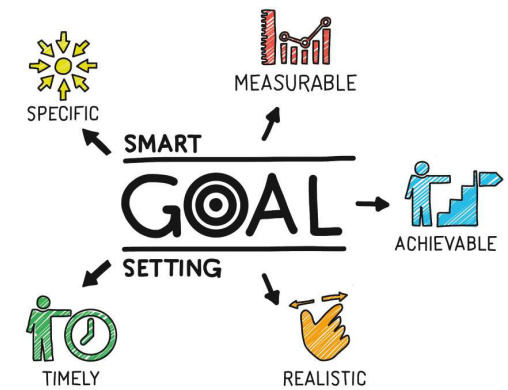
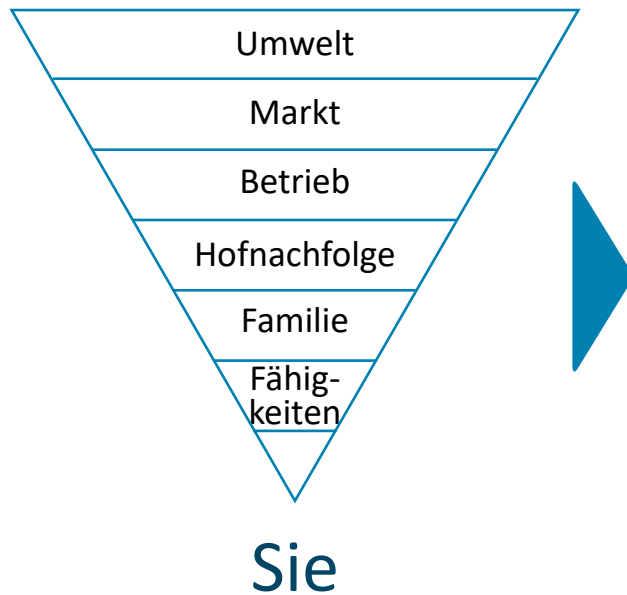
Selbsterkenntnis



Analyse und Auswertung



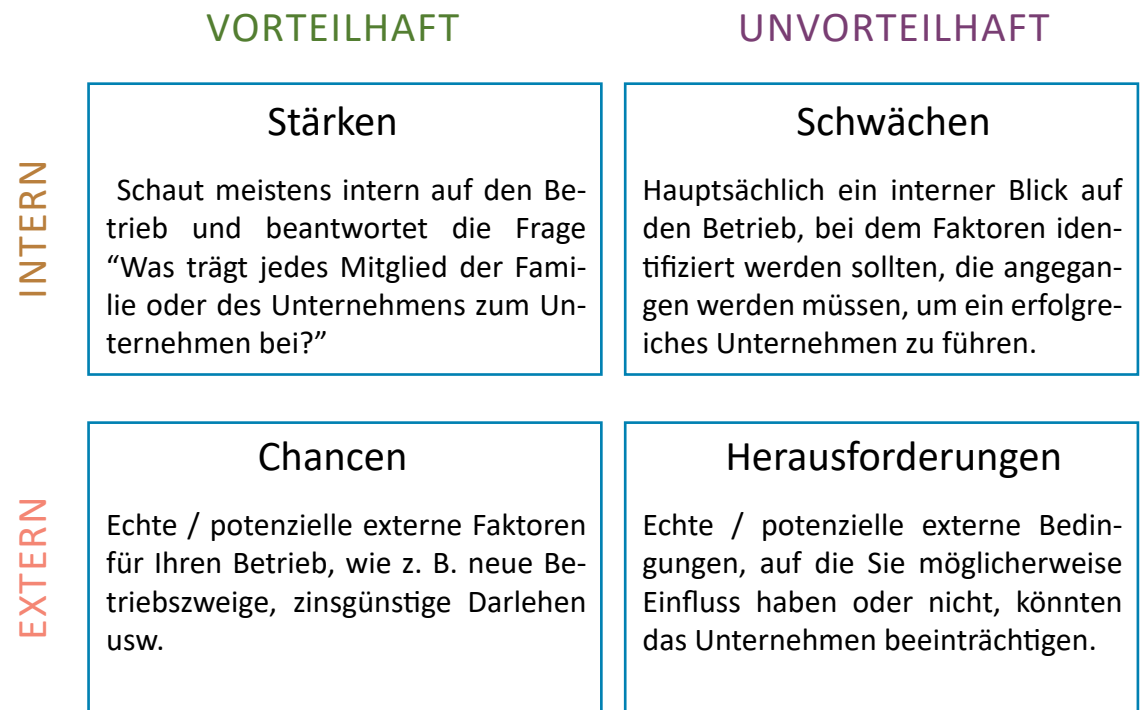
Ziele setzen
und erreichen



1. Einführung

1.2. WAS IST EINE SWOT-ANALYSE?

- SWOT ist eine **strategische Planungsmethode**, die verwendet wird, um **Stärken, Schwächen, Chancen und Herausforderungen** eines Unternehmens zu bewerten.
- SWOT identifiziert die **internen und externen Faktoren**, die für die Erreichung der Ziele des Betriebes günstig oder ungünstig sind.
- Die **Identifizierung von SWOTs** ist von wesentlicher Bedeutung, da nachfolgende Schritte im Prozess der Planung aus der SWOT-Analyse abgeleitet werden können und einige Ziele aufgrund der SWOT-Ergebnisse möglicherweise überarbeitet werden müssen.



1. Einführung

1.3. SWOT ANALYSE

- Stärken können Schwächen ausgleichen, Chancen können Herausforderungen ausgleichen
- Entscheidungsträger können anhand der SWOTs feststellen, ob die Ziele des landwirtschaftlichen Betriebs mit dem aktuellen Management, Kapital etc. erreichbar sind.
- Wenn das Ziel nach dem Vergleich mit der SWOT-Analyse nicht erreichbar ist, sollte ein anderes Ziel oder ein angepasstes Ziel ausgewählt und der Prozess wiederholt werden.



Verwendungen der SWOT-Analyse:

- Die SWOT-Analyse ist besonders hilfreich bei der **Identifizierung von Bereichen zur Verbesserung** des landwirtschaftlichen Betriebs.
- **Um seine Ziele zu erreichen**, können diese zunächst mit SWOT festgelegt werden.
- Sowohl eine **interne als auch eine externe Bewertung** des landwirtschaftlichen Betriebes vornehmen, z. B. eine Bewertung seiner Produkte.
- **Analysieren vorhandener Strategien** für die Hofübergabe.
- **Strategische Ziele** für das landwirtschaftliche Unternehmen definieren.
- Entwicklung **neuer / überarbeiteter Strategien und Ziele**.
- **Kritische Erfolgsfaktoren** festlegen.
- **Ergebnisse überwachen**, um festzustellen, ob die Betriebsziele umgesetzt und erreicht werden.

1. Einführung

1.4. DER PROZESS DER SELBSTEINSCHÄTZUNG

Da es unser Ziel ist, die Chancen auf einen erfolgreichen Nachfolgeprozess zu verbessern, schlagen wir folgende Methodik vor:

1) Mit dem Fragebogen in diesem Kapitel können Sie folgende Aspekte bewerten:

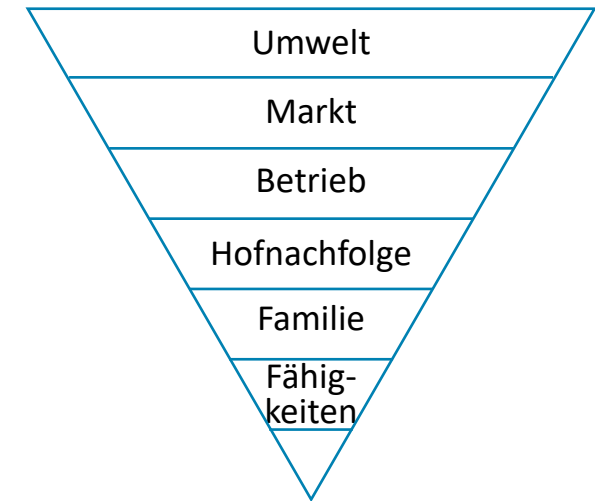
- In welcher Situation befinden Sie sich aktuell mit der **Hofübergabe**?
- **Familiäre Situation**
- Ihre Fähigkeiten als **Unternehmer**
- Ihre Fähigkeiten als **Landwirt**

2) Außerdem werden externe Faktoren beleuchtet, die Einfluss auf den Übergabeprozess und Ihr Unternehmen haben könnten:

- **Sektor und Markt**
- **Wirtschaft, Gesellschaft, Politik, Gesetzgebung, etc.**

3) Mit der detaillierten Analyse der in diesem Modul vorgeschlagenen Elemente können Sie herausfinden, welche **Chancen, Stärken, Herausforderungen** und **Schwächen** Sie haben.

4) Erstellen Sie Ihre **eigene SWOT-Analyse**.



	Selbsterkenntnis		sehr niedrig	niedrig	mittel	hoch	sehr hoch
	A1. Beratung und Kommunikation der Nachfolge						
	<ul style="list-style-type: none">• Der Übergeber kommuniziert seine Intension innerhalb der Familie• Es gibt klare Kenntnisse über die Absichten des Vorgängers• Es ist klar, wer der Nachfolger sein wird• Die Familie wurde bei der Wahl des Nachfolgers einbezogen		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

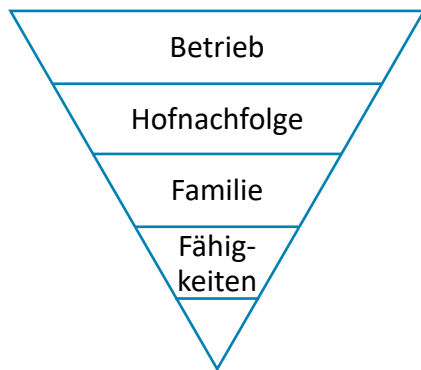


2. Selbsterkenntnis

2.1 FRAGEBÖGEN

- Zu Anfang werden wir uns drei Schlüsselbereichen widmen:
 1. Die Familie bei der Hofübergabe
 2. Ihre Fähigkeiten als Unternehmer
 3. Ihre Fähigkeiten als Landwirt
- Bewerten Sie die Aussagen mit “sehr hoch” (Zustimmung) oder “sehr niedrig” (Ablehnung).
- Am Ende eines jeden dieser Abschnitte können Sie Ihre Antworten analysieren und mit dem Ausfüllen Ihrer SWOT-Matrix beginnen, indem Sie jeden einzelnen Faktor basierend auf der Auswertung der Fragebögen als “Stärke”, “Schwäche”, „Chance“ oder „Herausforderung“ bewerten.

Selbsterkenntnis



A1. Beratung und Kommunikation der Nachfolge

- Der Übergeber kommuniziert seine Intension innerhalb der Familie
- Es gibt klare Kenntnisse über die Absichten des Vorgängers
- Es ist klar, wer der Nachfolger sein wird
- Die Familie wurde bei der Wahl des Nachfolgers einbezogen

sehr niedrig	niedrig	mittel	hoch	sehr hoch
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Selbsterkenntnis

2.2. DER NACHFOLGEPROZESS

- Wenn Sie auf den folgenden [link](#) klicken, gelangen Sie zu einer Excel-Datei, die Ihnen anhand eines Fragebogens hilft, Ihre aktuelle Situation zu bewerten.
- Basierend auf Ihren Antworten können Sie so Ihre eigene SWOT-Analyse durchführen. Sie können so sehen, welche „Stärken“, „Schwächen“, „Chancen“ oder „Herausforderungen“, Ihre Situation mit sich bringt.
- Hier sind einige Themengebiete, die in der Excel-Datei behandelt werden.

Auswahl des Nachfolgers

- Beratung und Kommunikation der Nachfolge
- Neigung und Qualifikation des Nachfolgers
- Konsens bei Nachfolgeregelungen

Nachfolgertraining

- Planung mit und Involvierung des Übergebers
- Übertragung von Verantwortlichkeiten und Wissen
- Erfahrung im Unternehmen
- Erfahrung und Ausbildung in anderen Unternehmen

Qualität der Übergeber-Nachfolger-Beziehung

Verbundenheit des Nachfolgers zum Betrieb

- Erwartungen und Druck der Familie
- Erwartungen und Wünsche des Nachfolgers
- Wahlmöglichkeiten

Erwartungen und Wahrnehmungen im Zusammenhang mit dem Betrieb

- Erwartungen und Umfang der Bemühungen
- Positive Erwartungen an den Betrieb und die Rolle des Nachfolgers

Befriedigung von persönlichen und beruflichen Bedürfnissen und Interessen

- Zufriedenheit mit den Geschäftsergebnissen
- Gefühl der Selbstverwirklichung


Familiärer Kontext

- Zusammenhalt und Qualität in Beziehungen
- Regelmäßige und hilfreiche Kommunikation
- Familienverbundenheit

2. Selbsterkenntnis

2.2 UNTERNEHMERISCHE FÄHIGKEITEN

- Dieser Fragebogen deckt einige Fähigkeiten ab, die ein Unternehmer benötigt. Er richtet sich damit primär an Personen, die vor der Übergabe stehen. Für diejenigen, die im Übergabeprozess sind oder diesen bereits abgeschlossen haben, empfehlen wir, zum dritten Fragebogen zu wechseln: **Fähigkeiten als Landwirt**
- Wenn Sie auf den folgenden [link](#) klicken, werden Sie wieder zu einer Excel-Tabelle geleitet, in der Sie einen Fragebogen ausfüllen können.
- Basierend auf Ihren Antworten können Sie so Ihre eigene SWOT-Analyse durchführen. Sie können so sehen, welche „Stärken“, „Schwächen“, „Chancen“ oder „Herausforderungen“, sie im Bereich Ihrer unternehmerischen Fähigkeiten haben.
- Hier sind einige Themengebiete, die in der Excel-Datei behandelt werden.

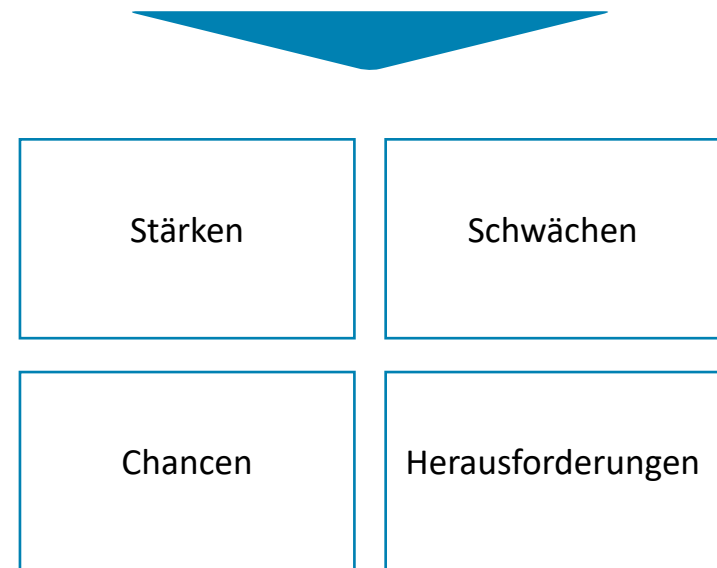
- 
- A1. Persönliches Umfeld
 - A2. Bildungslevel
 - A3. Erfahrung
 - A4. Unabhängigkeit
 - B1. Risikoverständnis
 - B2. Risikobewertung
 - B3. Verantwortungsgefühl
 - C1. Hingabe
 - C2. Beharrlichkeit
 - C3. Opferbereitschaft
 - D1. Veränderungsbereitschaft
 - D2. Offenheit für technische Veränderung
 - E1. Organisationsfähigkeiten
 - E2. Aufgabenplanung
 - E3. Feedback
 - F1. Verständnis und Geduld
 - F2. Teamwork
 - F3. Andere Firmen und Vereinigungen
 - G1. Motivation
 - G2. Konflikt(lösungs)fähigkeit
 - H1. Beziehungen
 - H2. Kommunikation am Arbeitsplatz
 - H3. Fähigkeiten als Zuhörer
 - I1. Kundenorientierung
 - I2. Kommunikation mit Geschäftspartnern

2. Selbsterkenntnis

2.3 LANDWIRTSCHAFTLICHE FÄHIGKEITEN

- Dieser Fragebogen zielt auf ein tieferes Verständnis in Bezug auf die Führung eines landwirtschaftlichen Betriebs ab, wobei sich einige Fragen auch auf Ihre Fähigkeiten als Unternehmer beziehen.
- Wenn Sie auf den folgenden [link](#) klicken, werden Sie wieder zu einer Excel-Tabelle geleitet, in der Sie einen Fragebogen ausfüllen können.
- Basierend auf Ihren Antworten können Sie so Ihre eigene SWOT-Analyse durchführen. Sie können so sehen, welche „Stärken“, „Schwächen“, „Chancen“ oder „Herausforderungen“, sie im Bereich Ihrer landwirtschaftlichen Fähigkeiten haben.
- Hier sind einige Themengebiete, die in der Excel-Datei behandelt werden.

- A. Produktionstechniken**
- B. Beschaffung und Verkauf**
- C. Finanzen und Management**
- D. Personalführung**
- E. Strategische Ausrichtung**
- F. Beziehungsführung**
- G. Führungsqualität**



3. Umgebungsanalyse

Als Landwirt und Unternehmer müssen Sie Ihre Umgebung kennen und bewerten können (auf der Makro- und Mikro-Ebene). Bevor Sie mit ihrem Projekt starten sollten Sie einen Businessplan erstellen. Folgende Werkzeuge haben sich hierfür als hilfreich erwiesen:

- Die **PESTLE** Analyse (Makro-Umgebung)
- Die **fünf Kräfte** nach PORTER (Mikro-Umgebung und Markt)

A. – PESTLE-Analyse

Teilweise wird sie auch als **PEST-Analyse** bezeichnet und beschreibt ein Marketingkonzept. Darüber hinaus wird dieses Konzept von Unternehmen als Werkzeug eingesetzt, um ihre Umgebung zu verfolgen, in der sie tätig sind oder in der sie planen, ein **neues Projekt / Produkt / Dienstleistung** zu starten, usw.

PESTLE ist eine Gedächtnisstütze und steht für: “P” für Politisch “E” für ökonomisch, “S” für sozial, “T” für technologisch, “L” für rechtlich (engl.: legal) und “E” für Umwelt (engl.: Environmental). Es bietet eine Vogelperspektive auf die gesamte Umgebung aus vielen verschiedenen Blickwinkeln, die man überprüfen und im Auge behalten möchte, während man über eine bestimmte Idee / einen Plan nachdenkt.

3. Umgebungsanalyse

<p>Politisch</p>	<p>Das Ausmaß, in dem eine Regierung die Wirtschaft oder Ihre Branche beeinflussen kann</p>	<p>Politischer Fokus auf den Sektor und dessen Auswirkungen Subventionen für Investitionen im Sektor Geplante Investitionen in die Infrastruktur Politische Stabilität</p>	<p>GAP Schema EU Stabilität Brexit GAP Zuschüsse</p>
<p>ökonomisch</p>	<p>Die Leistung der Wirtschaft, die sich direkt auf ein Unternehmen auswirkt</p>	<p>Entwicklung von Wirtschaftsindikatoren (Wechselkurse, Zinsen etc). Kosten von Dienstprogrammen.</p>	<p>Auswirkungen globaler Verbrauchertrends. Auswirkungen der globalen Finanzkrise. Krisen Preisvolatilität Benzinpreis Handelsabkommen</p>
<p>Sozial</p>	<p>Kulturelle Trends, Demographie, Bevölkerungsanalyse</p>	<p>Demografische Merkmale Fähigkeiten Bereitschaft zu arbeiten</p>	<p>Bedarf an Bio-Lebensmitteln Zugewanderte Arbeitskräfte Trainingsangebote Neue Anforderungen</p>
<p>Technologisch</p>	<p>Technologische Innovationen, die das Unternehmen beeinflussen können</p>	<p>Zugang zu neuen Technologien Zugang zu Informationstechnologien Geschwindigkeit für Umsetzung neuer Technologien</p>	<p>Neue Ausrüstung Energieeffizienz Wassereffizienz Präzisionslandwirtschaft</p>
<p>rechtlich</p>	<p>Sowohl externe als auch interne Regelungen</p>	<p>Einfache Unternehmensführung Steuerpolitik Zugang zu Krediten</p>	<p>Anlegerschutz Beschäftigungsregelungen GAP-Anforderungen Betriebsbesteuerung Nachfolgeregelung Vertragsregelungen</p>
<p>Umwelt</p>	<p>Einfluss oder Beschränkungen durch die umgebende Umwelt</p>	<p>Klima Wetter Geographische Lage</p>	<p>Globale Klimaveränderungen. Und die Auswirkungen auf die Umwelt. Erhöhte Temperaturen Wassermangel Klimavariabilität Biodiversität</p>

3. Umgebungsanalyse

B.- PORTER'S 5 Kräfte

Porter erkannte, dass Unternehmen ein Auge auf Ihre Konkurrenten werfen. Er ermutigte sie, über die Handlungen ihrer Konkurrenten hinauszublicken und zu prüfen, welche anderen Faktoren das Geschäftsumfeld beeinflussen könnten. Er identifizierte fünf Kräfte, die das Wettbewerbsumfeld ausmachen (Markt).

Grad der Rivalität	Dies zeigt die Anzahl und Stärke Ihrer Konkurrenten.	Liefergrenzen Branchenkonzentration Fixkosten Mehrwert	Wechselnde Überkapazität Produktunterschiede Umstellungskosten Markenidentität	Anzahl der Wettbewerber Qualitätsunterschiede Kundentreue
Lieferantenmacht	Anzahl der Lieferanten und deren Macht über die Preise.	Lieferantenkonzentration Bedeutung des Lieferantenvolumens Differenzierung des Inputs Einfluss der Eingabe auf Ihre Kosten	Größe des Lieferanten Anwesenheit von Ersatz-Inputs Bedrohung der Vorwärtsintegration Kosten für den Wechsel zu anderen Lieferanten	
Macht der Konsumenten	Anzahl der Käufer und deren macht über Ihre Verkaufspreise.	Käufervolumen Verhandlungsposition Käuferinformationen Markenidentität	Preissensibilität Substitutionsmöglichkeit Produktunterscheidung Käuferkonzentration	
Eintritts-Schwierigkeiten	Schwierigkeiten der Kunden Ihren Markt zu betreten.	Eintrittsbarrieren Kostenvorteile Lernkurven Zugriff auf den Input	Regierungsrichtlinien Skaleneffekte Kapitalbedarf Markenidentität	Umstellungskosten Zugriff auf die Verteilung Zeit und Kosten der Einreise Technologischer Schutz
Substituierbarkeit	Dies bezieht sich auf die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Kunden einen anderen Weg finden, das zu tun, was Sie tun.	Umstellungskosten Neigung der Käufer zu substituieren Preis-Leistungs-Austausch von Ersatzprodukten		

Selbsterkenntnis: SWOT Analyse

Sie sind jetzt bereit, eine SWOT-Analyse mit allen untersuchten Bereichen zu erstellen. Wir empfehlen, eine Tabelle mit der resultierenden SWOT-Matrix zu verwenden. Bewerten Sie, welche Aspekte Stärken, Schwächen, Chancen und Herausforderungen darstellen, und vervollständigen Sie das Bild, um damit Ihre Ziele und Ihren Businessplan zu erreichen.

Stärken	
Übergabeprozess	Familie
Fähigkeiten	Betrieb
Market	Makro-Umfeld

Schwächen	
Übergabeprozess	Familie
Fähigkeiten	Betrieb
Market	Makro-Umfeld

Chancen	
Übergabeprozess	Familie
Fähigkeiten	Betrieb
Market	Makro-Umfeld

Herausforderungen	
Übergabeprozess	Familie
Fähigkeiten	Betrieb
Market	Makro-Umfeld

Stärken

Schwächen

Chancen

Herausforderungen

4. Ziele

WAS IST EIN ZIEL?

Ein Ziel ist das Objekt, das Anstrengung und Ehrgeiz einer Person bewirkt, um das gewünschte Ergebnis zu erreichen. Das Ziel ist die Absicht, und die Aufgabe das, was nötig ist, es zu erreichen. "Targeting" bedeutet alle verfügbaren Ressourcen und Anstrengungen auf das Ziel hin zu konzentrieren, um dieses zu erreichen.

Das Gegenstück zur „Zielsetzung“ ist das "Nachdenken über bestehende Probleme". Es ist offensichtlich, dass wir Probleme betrachten müssen, die ein Hindernis für die Erreichung der Ziele sein können, sobald die möglichen Optionen analysiert und geprüft und die zu treffenden Maßnahmen beschlossen wurden. Letztendlich sind die Probleme nur Phasen, die auf dem Weg zur Zielerreichung zu bewältigen sind.

Klare Zielsetzung hat positives Denken zur Folge. Wir müssen unsere Art und Weise ändern, uns Fragen zu stellen: Anstatt zu denken "Was ist schief gelaufen?", Denken wir: "Was will ich? Und was werde ich tun, um das zu erreichen?" Sobald das Problem definiert ist, besteht der nächste Schritt darin, es strukturiert zu lösen.



4. Zielsetzung

WIE SOLLTE EIN ZIEL SEIN?



1. S – spezifisch: Ist das Ziel klar? Ist klar, was wir genau meinen?

Vieldeutige Ziele helfen nicht, gute Ziele zu setzen. Wenn wir spezifisch formulieren, können wir Grauzonen reduzieren und ein klares Ziel verfolgen. Es ist wichtig, sich klar darüber zu sein, “warum” man dieses Ziel erreichen möchte, “wo” es stattfinden wird und “welche” Elemente benötigt werden.

Beispiel:

- Ich möchte die Kommunikation in meiner Familie verbessern (**nicht SMART**).
- Ich möchte die Kommunikation in meiner Familie verbessern, um Fragen zu behandeln, die für die Nachfolge des Betriebs relevant sind. Dafür werden wir jeden Abend von 7 bis 8 Uhr ein Treffen haben, wo wir jedes der in diesem Modul behandelten Themen besprechen werden. (**Ja, es ist SMART**).

4. Zielsetzung

WIE SOLLTE EIN ZIEL SEIN?

2. M – messbar: Wie werden wir wissen, ob wir das Ziel erreicht haben? Wie messen wir unseren Erfolg?

Peter Drucker sagte: “Was nicht gemessen wird, wird nicht verbessert“. Es handelt sich also um einen Indikator für den Zielerreichungsgrad, der es uns erlaubt zu wissen, wie nah wir dem Endergebnis sind. Wenn das Ziel nicht quantifizierbar ist, kann der Erfolgsindikator auf andere Weise festgelegt werden.

Beispiel:

- Ich möchte die Betriebsabläufe verbessern (**nicht SMART**).
- Ich möchte die Betriebsabläufe verbessern, indem ich mindestens 50% der veralteten Maschinen erneuere und das Einkommen in den nächsten 5 Jahren um durchschnittlich 50% steigere. (**Ja, es ist SMART**).

3. A – Erreichbar: Ist es möglich, dieses Ziel zu erreichen? Was brauchen wir, um es erreichbar zu machen?

Wenn wir überlegen, ob ein Ziel erreichbar und realistisch ist, können wir herausfinden, welche Fähigkeiten, Einstellungen oder andere Ressourcen wir benötigen, um sie zu erfüllen.

Beispiel:

- Ich werde nächstes Jahr eine neue Kultur anbauen (**nicht SMART**).
- Ich werde neue Kulturen anbauen und mit kleinen Tests herausfinden, ob sie sich an den Boden, das Klima und die verfügbaren Ressourcen anpassen. (**Ja, es ist SMART**).

4. Zielsetzung

WIE SOLLTE EIN ZIEL SEIN?

4. R – Relevant: Gibt es weitere Prioritäten? Lohnt es sich?

Das bedeutet, dass es mit einer Vision oder einem Masterplan (persönlich oder geschäftlich) verbunden ist.

Beispiel:

- Ich möchte den Betrieb optimieren (**nicht SMART**).
- Ich möchte den Betrieb optimieren , um auf lange Sicht seine Nachhaltigkeit zu gewährleisten und somit eine Vollzeitbeschäftigung und eine Einnahmequelle für meine Familie zu gewährleisten. (**Ja, es ist SMART**).

5. T – zeitgebunden: (z.B. in einem Zeitrahmen mit Deadline): Bis wann werden wir dieses Ziel erreichen?

Wenn wir kein Zeitlimit festlegen, können unsere Aufgaben und Projekte unbegrenzt dauern. Wenn Sie ein Zeitlimit festlegen, geben Sie diesen Fokus und etwas Druck. Das Ziel hat eine Deadline und ist daher mehr als nur ein Wunsch!

4. Zielsetzung

ZIELE ERREICHEN

Nach der Definition der Ziele ist es notwendig, die Bedeutung ihrer Erreichung zu bewerten - zu überlegen, was wir brauchen werden, um sie zu erreichen und einen Aktionsplan mit Aufgaben zu definieren, die dies ermöglichen.

1. Identifizierung von Leistungen und Begünstigten

In welchem Bereich auch immer die Ziele gesetzt werden, es wird immer Vorteile geben und es wird immer jemanden geben, der davon profitiert. Wenn sie nicht allgemein, sondern spezifisch sind, müssen sie identifiziert und aufgelistet werden, damit sie kommuniziert werden können, nicht nur für diejenigen, die davon profitieren, sondern für die ganze Familie.

2. Zeitlimits setzen

Es ist angebracht, Zeitpläne zu erstellen, die es erlauben, das Ziel in kleinere Unterabschnitte zu unterteilen und so das Gefühl zu vermeiden, dass das Endziel nicht erreicht werden kann, da das Erreichen kleinerer Ziele im Tagesverlauf letztlich zum (wichtigeren) Abschluss führt.

4. Zielsetzung

ZIELE ERREICHEN

3. Identifizierung von Haupthindernissen

Wenn Sie Ziele erreichen wollen, müssen Sie wissen, welche potenziellen Probleme auf dem Weg zu deren Erreichung auftreten können. Ansonsten können Sie keine Pläne erstellen oder Strategien entwickeln, um sie zu lösen. "Jedes Problem enthält die Samen seiner eigenen Lösung". (Stanley Arnold)

4. Identifikation der erforderlichen Fähigkeiten und Kenntnisse

Sobald Sie wissen, welche Probleme zu bewältigen sind, müssen Sie bestimmen, welche Fähigkeiten und Kenntnisse diejenigen haben müssen, die das Projekt entwickeln. Sie müssen kein Experte in allen Bereichen sein. Was Sie haben müssen, ist die Fähigkeit, die Informationen zu finden und die Fähigkeit zu identifizieren die Sie brauchen.

5. Identifikation von Einzelpersonen, Gruppen, Organisationen und Unternehmen, mit denen zusammengearbeitet werden soll

Wenn Sie zu den richtigen Leuten gehen, finden Sie die richtige Lösung.

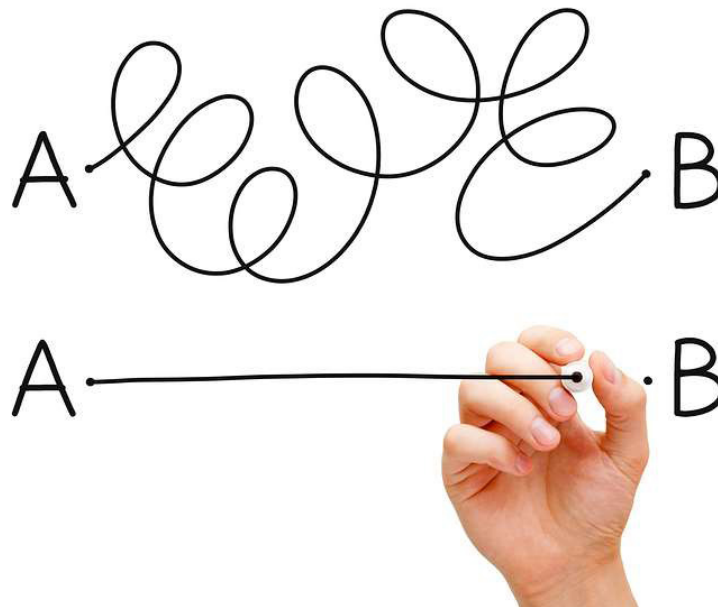
4. Zielsetzung

ZIELE ERREICHEN

6. Entwicklung des Aktionsplans

Die Ziele werden nicht einfach dadurch erreicht, dass man sie spezifiziert oder die zu überwindenden Hindernisse kennt, sondern sie werden nur erreicht, wenn der gut ausgearbeitete Aktionsplan innerhalb des Zeitrahmens erreicht wird. Das Gesamtziel wird im Aktionsplan hierfür in kleine Zwischenziele aufgeteilt.

Der Aktionsplan ist ein Plan der die täglichen Aufgaben enthält und definiert **was wann** von **wem** ausgeführt wird und wie mit **Eventualitäten** umgegangen wird, bzw. möglichen Lösungen enthält.



4. Zielsetzung

ZIELE ERREICHEN

Das GROW-Modell

Im Coaching-Bereich gibt es ein Modell, das uns helfen kann, die Ziele zu entwickeln und zu erreichen: das GROW-Modell. Durch das einfache Beantworten von Fragen können Sie die verschiedenen Phasen durchdenken, um Ihre Ziele zu erreichen.

GOAL (Ziel)

Ein SMARTes
Ziel setzen

Welches Ergebnis möchten Sie mit diesem Prozess erreichen?
Wie glaubst Du, kann dieser Prozess Dir helfen?
Werden alle relevanten Bereiche bedacht?
Was würde es brauchen, damit dieser Prozess ein Erfolg wird?

REALITY (Realität)

Die aktuelle
Situation bewerten

Wie ist die aktuelle Situation zu bewerten?
Können Sie bestimmte Beispiele verwenden?
Was passiert / ist passiert, wenn Sie ...?

Gibt es Zeiten, in denen es anders ist?
Was wollen Sie daran ändern, wie Sie...?

OPTIONS (Optionen)

Mögliche
Handlungsoptionen
definieren

Wie könnte sich die Situation ändern?
Wie könnten Sie die Situation verbessern?
Was haben Sie bisher versucht?
Was können Sie von anderen lernen?

Können Sie bestimmte Handlungsoptionen angeben?
Sind Sie sich der möglichen Nachteile dieser Optionen bewusst?
Welche der vorgeschlagenen Optionen möchten Sie ausprobieren?
Wer kann Ihnen helfen? Wer hat etwas ähnliches bereits gemacht?

WILL (Wille)

Sich ihnen
verpflichten

Wie können Sie geeignete Optionen in die Tat umsetzen?
Sind Ihnen Hindernisse für diese Aktionen bekannt?
Was ist der erste Schritt? Was genau werden Sie tun?

Welche weitere Unterstützung benötigen Sie?
Unterstützt Sie Ihre Familie bei Veränderungen?
Wen können Sie fragen?

Quellenangaben

Literatur

- Maria Virginia Flores-Ortiz and Alfonso Vega-López, Key factors influencing the process of succession in family companies. Autonomous University of Baja California, Mexico
- Are Your Farm Business Management Skills Ready for the 21st Century?. Self-Assessment Checklists. Farm Business Management for the 21 st Century.
- Porter, M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press, 1980.
- Jonovic, Donald J. and Wayne D. Messick, Passing Down the Farm: The Other Farm Crisis, Jamieson Press. 1996.
- Thomas, Kenneth H. and Bernard L. Erven, "Farm Personnel Management," North Central Regional Extension Publication 329. 1989.
- Miller, Alan, Mike Boehlje, and Craig Dobbins, Positioning the Farm Business, Staff Paper #98-9, Department of Agricultural Economics, Purdue University. 1998.
- DuBrin, Andrew J., The Complete Idiot's Guide to Leadership, Alpha Books, A Division of Macmillan Reference USA, New York, NY. 1998. A great "how-to" book on leadership.
- Kay, Ronald D. and William M. Edwards, Farm Management, Fourth Edition, McGraw-Hill, Boston. 1999.
- Whetten, David A. and Kim S. Cameron, Developing Management Skills, Harper-Collins, New York. 1995.

Bilder

- <https://applebymall.co.uk/goal-setting-for-your-business/>
- https://www.123rf.com/stock-photo/entrepreneurial_skill.html
- icfx.org
- <https://career.uconn.edu/blog/2016/10/20/developing-long-term-career-goals/>
- <https://bestcadtips.com/transitioning-a-firm-from-autocad-to-revit/from-point-a-to-point-b/>
- <http://stellarleadership.com>