N E W S L E T T E R

Ausgabe 1 | Jänner 2026

Klare Ziele.

Liebe Kunden und Leser, liebe Freunde.

Es gibt sehr viele intelligente Menschen. Welche die es sind, und viele die es glauben zu sein. Und dann gibt es viele Intellektuelle und Künstler. Sowie Genies und Vorzugsschüler. Jedoch sind meist in der Menschheitsgeschichte die Diktatoren und die Milliardäre ihrer Zeit eher einfacher gestrickt, oder größenwahnsinnig und/oder psychisch geschädigt. Ähnlich ist es mit den bis heute berühmtesten und erfolgreichsten Sportlern der Welt. Das alles ist so seit ca. 300.000 Jahren.

Was also machen diese „erfolgreichen“ Menschen der Weltgeschichte anders? Es ist relativ einfach. Die meisten haben ein klares Ziel! Oder mehrere Ziele. Trump wollte und möchte erfolgreicher als sein Vater sein, der liebe Putin ein Zar und Klammer wollte Olympiasieger werden. Meist haben viele dieser Menschen ein Vorbild und streben dieses Ziel-Vorbild an. Manchmal mit Erfolg, oft mit Enttäuschungen.

Ob jeder Kardinal auch Papst werden möchte weiß ich nicht, aber einige werden schon dabei sein. Jeder Mensch braucht Ziele, jeder! Das gleiche gilt für jeden Unternehmer und jede Firma. Ganz speziell sollte jede „Führungskraft“ genaue Ziele haben, und diese auch anderen kommunizieren können. „Einfach und mit Begeisterung“. Darf hier wieder auf Hrn. Trump verweisen, dem gelingt das in den letzten Jahren recht gut. Ein gewisser Österreicher, der 1945 verstarb, konnte das auch gut. Und viele angeblich „intelligenten“ Menschen sind gefolgt. Das System zum Erfolg hat also seine ganz eigenen Regeln und Gesetze.

Darüber und über die Grundsätze zu Ihrem Erfolg im Neuen Jahre 2026 möchte ich Ihnen am Beginn dieses Jahres erzählen.

Mit sonnigen Neujahrsgrüßen

Ihr
Walter Huber

E: w-huber@walterhuber.at

I: www.w-huber-um.com

P.S.: Der nächste Newsletter erscheint am 2. April 2026.

N E W S L E T T E R

Jänner 2026.

Willkommen im freien Markt.

Neus Jahr, neue Chancen, viel Optimismus.

Viele Menschen nehmen sich im Neuen Jahr neue Ziele vor oder gehen mit neuen Vorsätzen in das Neue Jahr. Der berühmteste Vorsatz ist, glaube ich, z. B. mit dem Rauchen aufhören, oder abnehmen usw. Scheint irgendwie doch nicht einfach zu sein. Auch ein Diktator oder ein Olympiasieger oder Milliardär zu werden ist nicht einfach. Dennoch hat jeder eine Chance oder die Möglichkeit seine Träume zu erreichen.
"Wenn einer träumt, ist es ein Traum. Wenn viele das gleiche träumen, ist es der Beginn einer neuen Wirklichkeit." Die einen meinen, Visionen machen krank. Die anderen meinen, ohne Vision keine Zukunft. Ja, wir glauben an Visionen und Träume: Viele Veränderungen oder neue Ideen entstanden aus einem Traum, oder einem „kreativen Gedanken“. Bei vielen unserer Kunden bei der Werbeagentur, in der ich über ein Jahrzehnt tätig war, gab es Kunden mit klaren Zielen und Kunden, die ihre eigenen Ziele von der Werbeagentur wissen wollten. Das ist eigentlich bis heute so geblieben. Legendär die Zielerklärung eines Media Markt Managers für das nächste Jahr: „Zweistellig Hr. Huber, zweistellig““. Diese Vorgabe und das Briefing war also aus meiner Sicht a bissl fad, langweilig. Wir haben bei DMB bei einem Strategie-Seminar in London gelernt, ein Briefing muss immer „inspiring“ sein, also inspirierend, also eine Anregung und Motivation für Geist und Seele geben, um eine neue Idee zu kreieren und zu entwickeln.

„Nichts auf der Welt ist so mächtig, wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist“.

Victor Hugo

Viele Veränderungen oder neue Ideen entstanden aus einem Traum, oder einem „kreativen Gedanken“. Bei vielen meiner ca. 120 Kunden, für die ich tätig war und dann auch beim Energie-Unternehmen haben wir ein „10/5/3/1-System“ für das Unternehmen oder für eine Marke entwickelt. Was bedeutet nun dieses System?

Wir sollten immer voraus denken. Egal wie schwierig die Situation oder die Aufgabenstellung ist. Das berühmteste Buch für diesen Gedanken ist wohl von A. de Saint-Exupéry, der kleine Prinz mit dem bekannten Schiffsbeispiel. „Wenn du ein Schiff bauen willst, beginne nicht damit, Holz zusammenzusuchen, Bretter zu schneiden und die Arbeit zu verteilen, sondern erwecke in den Herzen der Menschen die Sehnsucht nach dem grossen und schönen Meer“.

N E W S L E T T E R

Was ich an Mitarbeiter und Innen erlebt habe, die nicht mehr „mitgearbeitet“ haben, sondern nur mehr „anwesend“ waren, weil Sie einfach nicht mehr wussten, was das Unternehmen oder der Chef (eigentlich) will, war und ist sagenhaft. Immer wieder unterscheiden sich „inhabergeführte“ Unternehmen in diesem Bereich deutlich von „managergeführten“ Firmen. Ein Erfinder oder ein Firmengründer hat meist, nicht immer, einen „Traum“ oder eine „Idee“, die er verwirklichen will. Manager sollen meistens „Ziele“ erreichen und wollen Geld verdienen. Und diese beiden Welten ergeben verschiedene Voraussetzungen für eine erfolgreiche Veränderung.

Daher steht die „10“ in unserem System für einen Gedanken und für eine Vorstellung, wo wir in zehn Jahren stehen wollen. Wo das Unternehmen in zehn Jahren im Markt stehen soll. Welche Erfolge das Produkt oder das Markenkonzept, oder einfach die Idee, die wir innerhalb der nächsten zehn Jahre realisieren wollen. Daher zuerst der „Zehn-Jahres-Traum“.

„Audis langfristiges Ziel in der Formel 1 ist der Gewinn des Weltmeistertitels“.

Mattia Binotto

Dann schauen wir wie Audi „5“ Jahre voraus, wie wir diesen Erfolg realisieren wollen und was wir dazu alles tun und beachten müssen. Fünf Jahre ist ein Zeitraum, denn man – auch in der heutigen zeit – noch sinnvoll mit einer Strategie vorausplanen kann. Eine der Definitionen von Strategie in der Betriebswirtschaft stammt von Michael E. Porter. Er meint, Strategie ist eine in sich stimmige Anordnung von Aktivitäten, die ein Unternehmen von seinen Konkurrenten unterscheidet. Der Weg zu dauerhaften Wettbewerbsvorteilen besteht im „spezifischen Aktivitätenprofil“ eines Unternehmens. Dieses spezifische Aktivitätenprofil stellt insofern die Strategie dar. Porter unterscheidet grundsätzlich zwischen drei Ausrichtungen der Unternehmensstrategie: Kostenführerschaft, Differenzierung und Fokussierung (= Nischenprodukte). Der Kostenführer macht eine hohe Produktivität und die niedrigsten Kosten zu seinem Schwerpunkt. Als Beispiele hierfür nennt der bekannte Unternehmensberater und ehemalige Aldi-Manager Dieter Brandes die Unternehmen Aldi, Dell oder Ikea.

Tesla vom Meister Musk war aktuell ein gutes Beispiel für so eine Strategie, Differenzierung + Fokussierung. Alle meine beliebten Top Ten, von Apple bis Amazon, hatten solche klaren Strategien. Teilweise bis heute. Damit kommen wir zum „3-Jahres-Konzept“. Konzept (v. lateinisch: concipere = erfassen, in sich aufnehmen, conceptus = das Erfasste, das Verfasste) bezeichnet eine niedergeschriebene Zusammenfassung welche Ziele in den nächsten 3 Jahren im Focus stehen sollten. Dazu gehören z. B. Jahresschwerpunkte und Teilziele. 3 Jahre sind auch heute noch finanztechnisch wirklich planbar und natürlich auch in einem Finanzplan darstellbar.

N E W S L E T T E R

Damit kommen wir zur „1-Jahres-Planung“ und zu „1/2-Jahres-Umsetzungen.“ Zwischen August und Oktober sollte jedes Unternehmen seine nächstjährige Planung in einer einfachen und übersichtlichen Darstellung finalisiert haben. Für das Unternehmen, im Marketing, im Finanzbereich und sonstigen relevanten Bereichen. Das Stift Kremsmünster feiert, begonnen heuer im Herbst und dann 2027, sein 1250-jähriges Bestehen. Bis dahin wird seit ca. 10 Jahren die Kirche außen und innen renoviert. Mit dem Ziel vor 10 Jahren im Herbst 2026 bei der ersten großen Jubiläumsveranstaltung die restaurierte Kirche präsentieren zu können. Das war z. B. ein klares und für alle nachvollziehbares Ziel. Meine weitere Empfehlung wäre, alle 3 Jahre ihr 3-Jahres-Konzept zu überprüfen bzw. sanft zu überarbeiten. Ca. 80 % der Unternehmen sind „reagierende“ Unternehmen. Wichtig ist zu agieren, selbst zu bestimmen, wohin der Weg gehen soll. Genau so wichtig, wie die 10/5/3/1/1/2-Planung ist, ist es auch wichtig flexibel bleiben. Und das eine schließt das andere nicht aus. Bleiben Sie auch im Neuer Jahr bei einer sonnigen und offensiven Haltung. Damit wünsche ich Ihnen ein schönes und erfolgreiches Neues Jahr 2026.

Ein Schluss-Wort.

„Für das Neue Jahr, Frieden im Herzen, Mut zum Aufbruch, Trost in schweren Stunden, wahre Begegnungen und Dankbarkeit für das Gute, das uns geschenkt ist.“

Abt Alfred Eichmann

Hinweis. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

Kontakt: **Walter Huber** T: +43 (0)664 2410942 E: w-huber@walterhuber.at I: www.w-huber-um.com