

Ziele mit der SMART-Methode formulieren

Damit Wünsche und Vorsätze real werden können, muss man zu deren Realisierung etwas tun! Aus langfristigen Wünschen, Visionen und Aufgaben müssen deshalb konkrete Ziele formuliert werden.

Eine zentrale Funktion nimmt dabei die **zeitliche Planung** ein. Sie verbindet das langfristige Leitbild und die Definition von konkreten Tätigkeiten. Wer bewusst Ziele hat und verfolgt, richtet auch seine unbewussten Kräfte auf das Tun aus und verstärkt die persönliche Motivation und Selbstdisziplin.

Über den Sinn von Zielen sagte der chinesische Philosoph **Konfuzius** folgendes:

Wer das Ziel kennt kann entscheiden,
wer entscheidet findet Ruhe,
wer Ruhe findet ist sicher,
wer sicher ist kann überlegen,
wer überlegt kann verbessern.

Das, was Konfuzius vor rund 2'500 Jahren gesagt hat, hat heute immer noch Gültigkeit. Denn nur so kann man entscheiden, ob man das erreicht hat, was man ursprünglich erreichen wollte.

Die **SMART-Methode** bietet sich an, um Ziele so zu formulieren, dass diese auch wirklich umgesetzt werden können. Dabei steht die Abkürzung **SMART** für folgende Eigenschaften einer Zielformulierung:

- **S — Spezifisch**

Ein Ziel soll konkret, eindeutig und präzise formuliert sein.

- **M — Messbar**

Ein Ziel und sein Erreichungsgrad müssen überprüft werden können.

- **A — Akzeptiert**

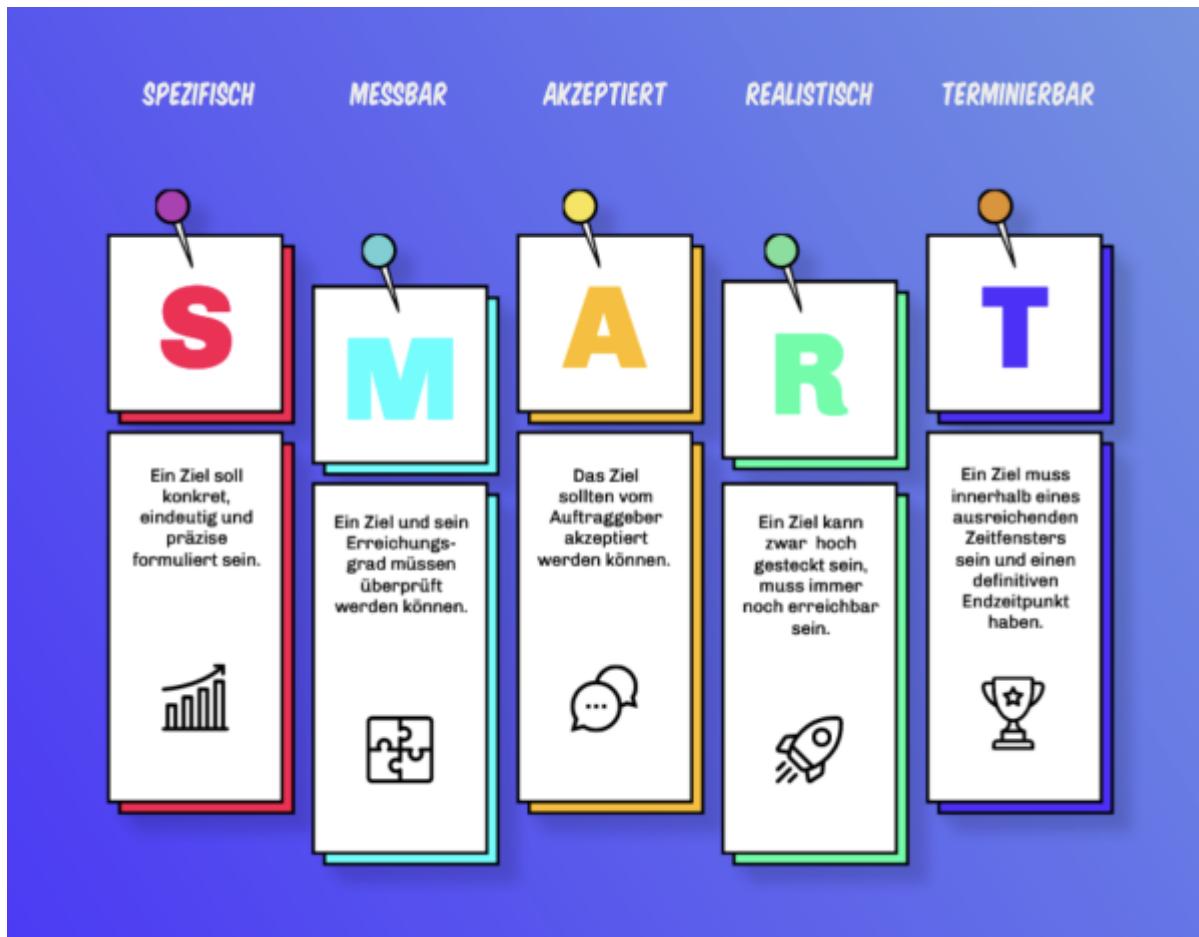
Das Ziel sollte vom Auftraggeber akzeptiert werden können.

- **R — Realistisch**

Ein Ziel kann zwar hoch gesteckt sein, muss aber immer noch erreichbar bleiben.

- **T — Terminierbar**

Ein Ziel muss innerhalb eines ausreichenden Zeitfensters liegen und einen definitiven Endzeitpunkt haben.



SMART-Beispiel

Unzureichende Zielformulierung

„Steigerung des Marktanteils.“

Ist das ein Ziel? Vielleicht. Gut formuliert ist es jedenfalls nicht. Smarte Ziele klingen anders, denn mit dieser Formulierung bleiben viele Fragen offen, bspw.:

- Um welchen Marktanteil geht es denn?
- Für welche Produkte?
- In welchem Marktsegment?
- Wie stark genau soll der Marktanteil denn steigen?
- Im Vergleich wozu?
- Und in welchem Zeitraum?
- Bis wann?
- Und wer misst ihn?
- Und überhaupt?

Wenn dieses Ziel im Projekt definiert wird, braucht sich niemand wundern, wenn der Marktanteil um 0,0001 % steigt und diese Steigerung als Erfolg angesehen wird, das falsche Marktsegment betrachtet oder der Marktanteil für einen nicht relevanten Zeitraum gemessen wird (z. B. nur für einen Tag).

Unscharf formulierte Ziele sind deshalb wirklich eine Quelle für Frustrationen – besonders am Abschluss eines Projektes. Da kann es schnell zu Streitereien kommen, weil der Auftraggeber mit dem Ergebnis nicht zufrieden ist. Als Projektleiter wollen Sie Ihren 0,0001 % aber als Erfolg verkaufen.

Smarte Zielformulierung

Unter Berücksichtigung aller SMART-Kriterien könnte daraus folgende Zielformulierung erstellt werden:

Im Marktsegment *Laufschuhe für weibliche Freizeitläufer* wurde durch die Einführung des neuen Laufschuhs und die Umsetzung der vereinbarten Marketingmassnahmen der Marktanteil laut Marktforschungs-Institut C+K im 2. Halbjahr 2015 um **20 %** gegenüber dem 1. Halbjahr 2015 gesteigert.



From:
<https://wiki.bzz.ch/> - BZZ - Modulwiki

Permanent link:
https://wiki.bzz.ch/de/modul/m431_med/learningunits/lu06/smart-methode?rev=1762840079

Last update: **2025/11/11 06:47**

