

Visionsledelse handler om at formulere, formidle og fastholde en vision med det formål at tilskynde medarbejdere til at sætte deres egne interesser til side og nå organisationens mål, skriver forfatteren. Mange års arbejde med strategi, vision, mission, værdigrundlag og mere til har lært mig, at ambitioner er forrygende, men kan være ufatteligt svære at begribe og realisere. Denne bog gør det nemmere. Markant nemmere. Med solid forskningsmæssig argumentation og afsæt, er der fokus på at omsætte ambitioner til praksis gennem en grundig indføring i at formulere, formidle og fastholde visionen for en virksomhed.

Dette udgør samtidigt den overordnede struktur for bogen; formulere, formidle og fastholde. Det fungerer rigtig godt. Indledningsvist beskriver forfatteren essentielle problematikker og opmærksomhedspunkter omkring at formulere, herunder definere, visionen. Men, ved vi ikke alle sammen efterhånden, hvad vision, mission og alt det der er? Nej! Det sker ikke sjældent, at der er begrebsforvirring i forhold til vision, mission, strategi, værdigrundlag og mere til, hvorfor den knivskarpe introduktion af, hvad vision egentligt er, er afgørende! Indadrettet og udadrettet, sanselighed og det appellerende og motiverende element i visionen besøges, og som trumfkort beskrives også, hvornår det bliver for meget af det gode, hvormed visionen bliver til forvirring frem for retning.

At formidle visionen, når lederen "trommer derudad" er ikke altid lige til højrebened. Der er gerne tendens til at topledelsen er mere optimistiske i forhold til, hvordan og hvor hurtigt en vision fanger an. Her er mål-middel-hierarkiet velplaceret i bogens progression, ligesom medarbejdernes involvering i processen er. Strategien som skal realisere visionen tages også under behandling, hvilket er med til at tydeliggøre vigtigheden af den begrebsmæssige afklaring, for den måde hvorpå vi definerer og forstår "strategi" har betydning for, hvordan vi tilgår realiseringen af virksomhedens vision. Når lederen skal række ud i sin organisation, kræver det forståelse af egne biases, for til fulde at indse, hvad og hvor meget der egentligt skal til. Dette formår forfatteren at belyse med indlysende skarphed. Samme skarphed går igen i kapitlet omkring kommunikationsmetoder – hvad enten det er 'face2face' eller plakater – holdt op mod lederens ledelsesspænd. Det er relevant, vedkommende og meget brugbart formidlet med pointer fra såvel daginstitutioner som sundhedsvæsen.

Sidste del af bogen beskæftiger sig med fastholdelse og værdien af at have medarbejdere, der kan "se sig selv i" virksomhedens vision og værdier. Der sættes spot på lederens autenticitet, 'good will' og såvel omverdenens som organisationens omskiftelighed. Afslutningsvis er der en opsamling, som er velplaceret, og skærer helt ind til marven af bogens essens.

Cases, refleksions spørgsmål og overskuelig grafik gør bogen dels fordøjelig og dels til et reelt arbejdsværktøj. Den er skrevet i et velformuleret sprog, der hverken er hverdagsagtigt eller højtravende akademisk. Det eneste jeg står tilbage og mangler noget af, er hvordan den strategiske realisering af visionen kan understøttes med økonomisk incitamentsstruktur. Det er en vigtig del af såvel offentlig som privat virksomhed, hvorfor det kunne være vedkommende for bogen som hele. Alt i alt er dette en af de bedste bøger om visioner og strategi, som jeg nogensinde har læst – og jeg har læst mange! Den får en fornem plads på boghylden, for den bliver med garanti genbesøgt om noget tid.

*Af Dea Henriette Franck, cand.psych.aut., specialist i arbejds- og organisationspsykologi.*