

Nachlese St. Galler Management Tage

Die 7. St. Galler Management-Tagung ist Vergangenheit, und doch lebt sie, weil sie bei den Teilnehmenden sicherlich Spuren legte und den Blick nach vorn schärfte.

Im Blick nach vorn

Zu hochkarätig und zu interessant waren die Referate, als dass man einfach über sie hinweg gehen konnte. In allen Präsentationen bewegte zu viel Ansteckendes. Nicht weniger bedeutsam war die festliche Tafel mit der Award- und Diplomverleihung am Abend. Kurz und gut: Mit überzeugenden betriebswirtschaftlichen Engagement und herausragenden Kochkünsten sorgten das SGMI Management Institut St. Gallen für eine gediegene Pflege von Geist und Leib. Man darf darum heute schon gespannt sein auf die 8. Tagung.

Wachstumsdynamik steigern, unter diesem Motto führte **Daniel Schmidlin, SGMI Executive Director Company-specific Programs**, durch die Tagung. Gefragt waren Antworten, die es in sich haben sollten. Was aber einfach klingt, ist nicht rasch gesagt, sondern erfordert oft genug harte Arbeit, ehe es mit der nötigen Überzeugungskraft auch präsentiert werden kann. Den ersten richtigen Schritt machte diesbezüglich **Georg von Krogh, herausragender und mehrfach ausgezeichnete Betriebswirtschaftsprofessor an der ETH in Zürich**. Früher an der Universität St. Gallen als Professor tätig, verstand er es wie kein zweiter, die Notwendigkeit von Wachstum zu unterstreichen. Gute Führung – so seine Botschaft – ist stets auf Wachstum aus. Denn sie versteht drei Dinge: sie kann die Marktkräfte richtig beurteilen, sie weiss auch um die Bedeutung des eigenen Firmenmarktwertes und sie will ihren Talenten im Kader eine Perspektive bieten. Das sind echte Herausforderungen, denen aus dem Kreise der 500 grössten Firmen nicht einmal 20% auf nachhaltige Weise genügen. Sie sind daher die wahren Champions. Sie generieren dauerhaft Wachstum, weil sie auf eine klare Strategie setzen, aus sich selbst heraus wachsen und nicht nur durch Zukäufe grösser werden, eine gute Vernetzung pflegen und auf Manager zählen können, die sich als Unternehmer verstehen. Ganz einfach, nicht wahr?

Einen etwas anderen Ausgangspunkt wählte **Franz Grohs, Vice-President von T-Systems**. Seine Firma wuchs mit der zunehmenden Zahl von erstklassigen Grosskunden in einem unberechenbaren und durch Gesetzesänderungen immer wieder herausgeforderten Markt. Die entsprechenden unternehmerischen Schritte waren dreifach unterlegt: durch Produktinnovationen, Geschäftsmodellinnovationen und durch Prozessinnovationen. Dabei setzte T-Systems auf den Aufbau von drei Standorten in Osteuropa, was kulturelle Sensibilität erforderte. Grohs verstand es dabei ausgezeichnet, den Weg zur erfolgreichen Niederlassung im Osten zu charakterisieren. Sie gipfelten in der Idee, eine eigene Eastern Business Universität ins Leben zu rufen. Wirtschaft will gelernt sein, nicht wahr?

Für einmal trat **Chris Stern, SGMI Dozent für Marketing und Sales**, als Verkäufer in eigener Sache auf. Als Mitinhaber der in der Schweiz und in New York gelisteten Firma Oxygen Biotherapeutics beschrieb er den Weg vom Ausgangsstoff bis zu höchst anspruchsvollen Produkten wie dem synthetischem Blut oder zu Mitteln zur Bekämpfung des Schädeltraumas. Die Lehre daraus: Forschende wissen, wie man Geld verbrennt und lehren einen in Geduld, die sich aber bei konzipierter Ausrichtung sehr wohl lohnen kann.

Einen besonderen Höhepunkt setzte **Andreas Herrmann, Betriebswirtschaftsprofessor an der Universität St. Gallen** (Forschungsstelle für Customer Insight). Anhand einfacher, aber schlagender Beispiele führte er in das Entscheidungsverhalten der Konsumenten ein. Massgeblich sind offenbar die Referenzpunkte, das heisst eine je nachdem dehn- und streckbare Ausgangslage. Wer sie als Anbieter zu gestalten weiss, führt die Menschen zu ihm genehmeren Entscheiden. Im Spiel ist nämlich sehr viel Emotion, die meist kurz vor der Kognition zuschlägt. Was Herrmann dazu bringt, der Zuhörerschaft eine seiner Erkenntnisse ins Stammbuch zu schreiben, dass die eigene Selbstkontrolle eine knappe Ressource sei. Wirtschaft auf emotionalem Grund, oder nicht?



Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
Swiss Federal Institute of Technology Zurich



Konnte dieses Plus an Emotionen bei **Andreas Affentranger, Verwaltungsratspräsident der Diwisa Distillerie** gleich dingfest gemacht werden? Er, dessen Firma mit dem unbescheidenen Anspruch auftritt, den besten Wodka zu produzieren? Was er mit seinem Mut, Veränderungsbereitschaft und dem Vertrauen in die Mitarbeitenden erreichte, hatte zweifellos mit Emotionen zu tun – allerdings nicht nur. Emotionen versprüht seine Firma bei ihren auf Events ausgerichteten Art des Marketings. Zu den Emotionen gesellten sich jedoch noch andere Fähigkeiten. Zu sehr war sein Unternehmen zuvor eingebettet in die rigide schweizerische Alkoholgesetzgebung, und zu sehr wurde sie mit der Liberalisierung 1999 ins kalte Wasser geworfen. Affentrangers Firma ist ein beredtes Beispiel einer vitalen KMU, die es verstand, Köpfe und Methode des Wirtschaftens komplett neu auszurichten. Man koste nur ihren Wodka!

Was das Internet mit seinen Geschöpfen wie das Facebook oder den vielen Blocs alles anrichtet, darüber haben sich nicht wenige schon bitter beklagt. Nicht so **Johann Füller, Vorstand der Firma Hyve**, der – nomen est omen – aus dem Vollen schöpfte, als er zu seiner Präsentation ansetzte. Das Internet pries er als Füllhorn von Ideen und Gegebenheiten, die mit Händen greifbar seien und für Unternehmen fruchtbar gemacht werden sollte, so seine Botschaft. Man sollte nur zupacken, die Dinge aber auf den eigenen Part zuschneiden. Das Internet als Zulieferindustrie der Wirtschaft?

Im anschliessenden durch **Romed Guntern, Geschäftsführer der Direktor von SGMI**, moderierten Panel ging es nicht nur um Schlussfolgerungen, sondern um die Einschätzung der unmittelbaren Zukunft. Wirtschaft findet schliesslich auf dem Hintergrund gesellschaftlicher und politischer Rahmenbedingungen statt. Dabei drang eine gemässigt optimistische Wertung der verschiedenen Triebkräfte durch. Danach sollte die Konjunktur den Unternehmen eher Rückenwind bieten. Man hörte das gerne. Wird sich der Konjunkturverlauf aber auch so einstellen? Am Jahresende wissen wir mehr.

Den Schlusspunkt der 7. St. Galler Management-Tagung setzte die Feier mit der Vergabe der Management Awards und der Diplome an die SGMI Studienabsolventen. **Rolf Lang, Direktor Diwisa Distillerie** führte die Anwesenden durch ein Wodka Tasting umrahmt von den Xellent Wodka Angels. Nach einer schönen Festansprache von **Emil Brauchlin, Chairman SGMI Academic Committee**, wurden die verdienten Zertifikate verliehen, die die Absolventen als in Betriebswirtschaft geeichte Führungskräfte auszeichnet. Das SGMI Management Institut St. Gallen setzt auf diese Weiterbildung, weil sie die Menschen stärkt.

Prof. Dr. Hans Peter Fagagnini

Weitere Bilder und Impressionen unter: www.sgmi.ch/asa11

