



SGMI 
MANAGEMENT INSTITUT
ST. GALLEN



Unternehmensführung & Persönlichkeit



Unternehmensführung & Persönlichkeit

Dieses 2-teilige Executive Programm unterstützt Sie bei der Bearbeitung von wichtigen Themen und Fragestellungen sowie bei der Wahrnehmung Ihrer breiten unternehmerischen Verantwortung. Konzepte und Lösungsansätze, die aus Sicht der Gesamtleitung oder der Mitverantwortung in einem obersten Management-Team erfolgsentscheidend sind, werden dabei von erstklassigen Dozenten praxisnah eingebracht.

Konzept

Welche Konzepte und Management-Methoden haben sich in der Praxis bewährt? Wann und wie sind sie zum Einsatz zu bringen? Was ist richtig und was falsch, um hoch gesteckte Ziele zu erreichen?

Die Luft in den obersten Führungsetagen ist ziemlich dünn geworden. Top Manager werden zuerst mit Vorschusslorbeeren überschüttet, innerhalb von 100 Tagen bereits an ihren Erfolgen gemessen und im Durchschnitt nach einigen wenigen Jahren mehr oder weniger freiwillig verabschiedet. Einige haben sich darauf spezialisiert, mit dem goldenen Handschlag und Stock Options viel Geld zu verdienen und nach drei erfolgreichen Rauswürfen saniert zu sein. Wen wundert es da, dass Familienunternehmen und Unternehmen, die aus einer nachhaltigen Perspektive gesteuert werden, in allen Studien der letzten Jahre als Sieger bezüglich Wachstum und Ergebnissen abschneiden?

Dieses Seminar eignet sich für all jene, die eine Top Management Position nicht als Basis für persönliche Bereicherung, sondern als Übernahme einer umfassenden Verantwortung für das Unternehmen, seine Kunden und seine Mitarbeiter betrachten. Es eignet sich für jene, die herausragende Leistungen mit Ihrem Team erzielen wollen, damit Prosperität und Wohlergehen für viele schaffen und ihren eigenen Wertbeitrag weniger mit kurzfristigen Börsenschwankungen als mit überzeugenden Leistungen und langfristiger Wertsteigerung verknüpfen.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Ganzheitliche Unternehmensführung

Das 4-tägige Executive-Seminar wirft Fragen über die richtige Art der strategischen Führung auf und bietet Antworten anhand von Best Practices und Erfolgsbeispielen aus der Praxis. Es zeigt, wie mit Paradigmenwechsel, Verlagerung von Marktschwerpunkten, technologischen Veränderungen und einer neuen Kundenorientierung umzugehen ist, welche neuen Ansätze das Strategische Marketing zu bieten hat, wie Top Manager richtig kommunizieren und wie Wachstum, Rentabilität und Unternehmenswert zu steuern sind.

Strategisches Management im Wandel

Das Top Management gibt die Richtung vor, setzt Ziele und Prioritäten und steuert den strategiegerechten Einsatz der Mittel. Schnellere Veränderungen verkürzen den Lebenszyklus einer Strategie, nicht selten auf 2 bis 3 Jahre, manchmal 5. Die Zeit, um eine bestehende Strategie zu überprüfen oder eine neue zu entwickeln, reduziert sich dementsprechend: Auf 2 oder 3 Monate vom Beginn des Strategieprojektes bis zur entscheidungsreifen Vorlage. Meist unterteilt sich die Unternehmung in mehrere Geschäftsfelder, die wiederum in mehrere Business Units. Dazu kommt die Differenzierung nach Ländern, nach Kundensegmenten, nach Vertriebswegen, nach Marken. Wer oben strategisch steuert, hat neben dem qualitativen auch ein quantitatives Problem. Schnell sind es dutzende, ja sogar hunderte von Strategien, die unten erarbeitet, durch das Controlling konsolidiert und oben entschieden werden müssen. Wir zeigen,

- ▶ wie inhaltlich überzeugende Strategien erarbeitet werden,
- ▶ welche Gesetzmässigkeiten und Wirkungsprinzipien des strategischen Managements dabei zu beachten sind und
- ▶ wie der Prozess vom ersten Kick-off-Workshop bis zur entscheidungsreifen Vorlage strukturiert und von oben gesteuert wird.

Kundenbedürfnisse und neues Marketing

Niemand will Produkte – gefragt sind Lösungen. Kundenbedürfnisse und Kundenprobleme gehören ins Zentrum jeder Unternehmenssteuerung. Doch wer sind unsere Kunden? Sind es Konsumenten, die wir direkt oder über Händler und Vertriebspartner erreichen? In diesem Fall bestimmen die Gesetze des «Consumer Marketing» unser Geschäft (B2C). Oder sind es Unternehmen, die mit Key Account Management und den Gesetzen des B2B erreichen können? Beide Varianten des Marketings haben jedoch eines gemeinsam: Die kompromisslose Orientierung am ungelösten Kundenbedürfnis. Denn dieses erlaubt uns, ausgehend von den Stärken der eigenen Unternehmensmarke oder der Produktmarken, uns in ein ganzes Lösungsgebiet zu entwickeln. Themen wie Markendehnung, Line Extension, System-Selling oder Solution-Selling bieten viel Spielraum für Innovation, Neugeschäft und Umsatz- wie Wertwachstum.

Die gekonnte Kommunikation

Das Top Management muss kommunizieren. Gutes und Erfreuliches. Aber auch Problematisches. Im Extremfall ist Krisenkommunikation angesagt. Ein Tag des Seminars ist für die Schärfung der Kommunikationsfähigkeiten vorgesehen.

Mehr Ergebnis, mehr Wert

Bessere Ergebnisse in Form von EBIT, ROCE oder ROS, steigender Unternehmenswert und mehr Dividende – wer sonst wenn nicht das Top Management wird mit diesen Anforderungen konfrontiert. Firmenkäufe, Fusionen und Verkäufe, aber auch der Einstieg eines Private Equity Partners – dies alles gehört zum Kompetenz-Portfolio eines Top Managers.

Teil 2: Führungspersönlichkeit

Wer sich im obersten Management bewegt, hat kaum noch Zeit und meist auch keine Lust, sich in grundsätzlichen Themen der Führung selbst in Frage zu stellen und den eigenen Führungsstil zu hinterfragen. Nicht, dass es vielleicht nicht nötig wäre oder nicht eine Bereicherung bringen könnte – aber es passt meist nicht zu der erwarteten Rolle als Führungspersönlichkeit. Viel erfolgversprechender ist es, die eigenen Stärken als Führungskraft zu erkennen und gezielt zum Einsatz zu bringen.

Sich selbst kennen

- ▶ Die Führung der eigenen Person
- ▶ Das eigene Führungsverhalten
- ▶ Persönliche Ziele, Persönlichkeitsstruktur und Rolle als Führungskraft
- ▶ Die persönlichen Stärken als Führungspersönlichkeit besser nutzen

Was gute Führung bewirkt

- ▶ Gute Führung als Leistungs-Verstärker
- ▶ Den Wirkungsgrad der Organisation steigern
- ▶ Die souveräne Führungspersönlichkeit

Was starke Führungspersönlichkeiten auszeichnet

- ▶ Modernes Führungsverständnis
- ▶ Wirkungsvoller Führungsstil
- ▶ Vertrauen als Basis für Delegation, Selbstorganisation
- ▶ Umgang mit Konflikten

Leadership-Kernkompetenzen

- ▶ Gemeinsam motivierende Ziele vorgeben
- ▶ Viel fordern, aber auch coachen und fördern
- ▶ Führen mit Beispiel
- ▶ Sozialkompetenz
- ▶ Einsatz leistungsverstärkender Führungsinstrumente
- ▶ Anreize für überdurchschnittliche Leistungen schaffen



Teilnehmerstimmen

«Das Seminar hat meine Erwartungen übertroffen. Erstklassige Dozenten, auf einem sehr hohen Niveau mit viel praxisnähe und der notwendigen Leichtigkeit!»

«Tolle Seminartage, die Klasse aufeinander aufgebaut haben. Die wertvollen Inhalte sowie die Art und Weise, diese zu vermitteln, haben mir ausgezeichnet gefallen.»

«Ein sehr professionelles und zielgerichtetes Seminar mit erfahrenen Dozenten und sehr hoher Praxisrelevanz.»

«Das Seminar war für mich sehr hilfreich - inhaltlich Klasse, tolle Referenten sowie eine wirklich passende Teilnehmergruppe.»

«Ein stimmiges Gesamtpaket mit Top-Referenten und sehr viel praxisnahem, einfach zugänglichem aber trotzdem wissenschaftlich-fundiertem Wissen!»

«Ein sehr gutes, praxisorientiertes Programm, das in kurzer Zeit und konzentrierter Form das aktuelle Management-Wissen vermittelt.»

«Das Seminar war auf extrem hohem Niveau, die Dozenten hochklassig und sympathisch und die Location hervorragend. Ich freue mich jetzt schon auf mein nächstes Seminar.»

«Dieses Seminar hat mich auch mit vielen Jahren Führungserfahrung nochmals einen Schritt weitergebracht. Es wird mich im positiven Sinne noch nachhaltig beschäftigen.»

«Das war ein rundes und gelungenes Seminar!»

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML1325	1. Teil	St. Gallen	12. - 15.05.2025
	2. Teil	Brunnen	22. - 24.10.2025
ML1335	1. Teil	St. Gallen	01. - 04.09.2025
	2. Teil	Brunnen	22. - 24.10.2025
ML1345	1. Teil	Luzern	10. - 13.11.2025
	2. Teil	Wildhaus	18. - 20.03.2026
ML1316	1. Teil	Luzern	09. - 12.03.2026
	2. Teil	Wildhaus	18. - 20.03.2026

Seminargebühr*: CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls13

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Administration und Organisation

Information und Beratung

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen zu den einzelnen Seminaren, Lehrgängen, Diplomen oder für die telefonische Beratung zur Auswahl des für Sie geeigneten Weiterbildungs-Bausteins zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Anmeldung

Bitte füllen Sie beiliegende Anmeldekarte aus, und senden Sie diese an uns.

SGMI Management Institut St.Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St. Gallen

E-Mail seminare@sgmi.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- ▶ die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- ▶ Informationen zu Ablauf, Hotel und Anreise
- ▶ das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung

Sollte das Seminar bereits ausgebucht oder eine Zulassung zu einem Diplom nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referentenumstellungen bleiben vorbehalten.

Seminargebühr, Diplomgebühr, Euro

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen. In der Diplomgebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomteil (alle Seminar- und Diplomgebühren zzgl. 8.1% MWST). Nicht enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung und Verpflegung, die vom Teilnehmer direkt dem Hotel zu bezahlen sind. Mehrteilige Seminare können nur als Ganzes gebucht werden. Versäumte Seminartage oder Seminarteile können nicht nachgeholt werden.

den. Die Seminar-, Diplomgebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden.

Umbuchung, Stornierung

Umbuchungen von einer Seminar- oder Diplomdurchführung auf eine andere sind nur einmalig bis 6 Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Gebühr von CHF 400.– möglich. Stornierungen sind bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Bei Stornierungen zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminar- resp. Diplomgebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Diplomgebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werktage vor Seminarbeginn erfolgt.

Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

Hotel

Unsere Seminarhotels bieten unseren Seminarteilnehmern preisgünstige Seminarpauschalen an. Die Zimmerreservation übernimmt das SGMI Management Institut St. Gallen aufgrund Ihres retournierten Zimmerreservationsblattes. Wir bitten Sie, das Zimmerreservationsblatt auszufüllen und an seminare@sgmi.ch zu senden. Das Hotel stellt jedem Teilnehmer individuell Rechnung, die Bezahlung der Rechnung erfolgt durch den Teilnehmer direkt beim Auschecken am letzten Seminartag. Die vollständigen «Allgemeinen Geschäftsbedingungen» können im Internet unter www.sgmi.ch/agb entnommen werden.

Anreise zum Seminarort

Angaben zu Hotel und Anreise erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

Anmeldekarten

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung. Bitte senden Sie uns den Anmeldealon per Post, Fax oder E-Mail.

SGMI Management Institut
St. Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Telefax +41 (0)71 223 50 32

Internet www.sgmi.ch

E-Mail seminare@sgmi.ch

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum Name Vorname

Firma

Adresse/PLZ/Ort



Telefon

E-Mail

Branche

Funktion

Datum

Unterschrift