



St. Gallen | Zürich | Frankfurt | Berlin | Wien | London | Boston | Shanghai | Tokyo

Management-Weiterbildung St. Gallen

November 2026 - Dezember 2027



EMBA, Master, Certificates
Berufsbegleitende Studiengänge
Seite 107 ff.



Romed Guntern

lic. oec. HSG et lic. iur. HSG
(Universität St. Gallen)
Geschäftsführender Direktor



Marc Oliver Opresnik

Prof. Dr.
Chairman of the Academic Committee

Unternehmensführung ist anspruchsvoller denn je. Märkte verändern sich mit hoher Dynamik, technologische Innovationen – allen voran Künstliche Intelligenz – eröffnen neue Möglichkeiten, während zugleich die Erwartungen von Mitarbeitenden, Kunden und Gesellschaft steigen. In diesem Umfeld reicht fundiertes Fachwissen allein nicht aus. Gefragt sind Führungskräfte, die Zusammenhänge erkennen, Orientierung geben, Chancen und Risiken abwägen und auch unter Unsicherheit verantwortungsvoll entscheiden.

Genau hier setzt die ganzheitliche Management-Lehre aus St. Gallen an. Sie verbindet strategisches Denken mit konsequenter Umsetzung, wirtschaftlichen Erfolg mit unternehmerischer Verantwortung und technologische Möglichkeiten mit wirksamer Führung. Im Mittelpunkt stehen Führungskräfte, die das Ganze im Blick behalten, unterschiedliche Perspektiven zusammenführen und Unternehmen zukunftsfähig gestalten.

St. Gallen steht seit jeher für die enge Verbindung von fundiertem Managementwissen und unternehmerischer Praxis. Dieses Verständnis prägt auch unsere Weiterbildungs- und Management-Development-Angebote: Sie vermitteln relevantes Wissen, eröffnen neue Perspektiven und schaffen Raum für den Austausch auf Augenhöhe – mit konkretem Nutzen für die tägliche Führungsarbeit.

Mit unserem **Jahresprogramm 2027** bieten wir Ihnen dafür vielfältige Möglichkeiten. Das Angebot reicht von praxisorientierten Management-Seminaren (Open Programs) über berufsbegleitende Studienprogramme und massgeschneiderte Corporate Programs bis hin zu interaktiven Online-Weiterbildungen und fundierter Management-Beratung. Damit begleiten wir Führungskräfte, Executives und Unternehmen gezielt bei ihrer persönlichen, unternehmerischen und organisationalen Weiterentwicklung.

Auch über die Weiterbildung hinaus bleibt SGMI ein Ort der Begegnung und Vernetzung. Unser Alumni-Netzwerk ermöglicht langfristigen Austausch, neue Impulse und wertvolle Kontakte.

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren nächsten persönlichen und unternehmerischen Entwicklungsschritten zu begleiten.

Mit den besten Grüßen aus St. Gallen.



Executives' Choice (TOP 8 Executive Programme)

- ▶ Executive Programm St. Gallen (S. 8)
- ▶ Executive Leadership Programm (S. 38)
- ▶ Strategie und Leadership für Executives (S. 64)
- ▶ Excellence in General Management (S. 12)
- ▶ Management & Leadership für Executives (S. 10)
- ▶ Senior Executive Management-Seminar (S. 11)
- ▶ St. Galler Finanzmanagement-Seminar (S. 76)
- ▶ Strategische Innovation mit Künstlicher Intelligenz (S. 66)

4 Management-Weiterbildung St. Gallen

7 | Open Programs: Seminare (Deutsch)

General Management für Executives

- 8 Executive Programm St. Gallen
- 10 Management & Leadership für Executives
- 11 Senior Executive Management-Seminar
- 12 Excellence in General Management
- 14 Unternehmensführung & Persönlichkeit
- 16 St. Galler General Management-Seminar
- 18 Advanced Management Programm
- 20 Ganzheitliches Management in der Praxis
- 22 High Performance Leadership & Management
- 23 Wertorientierte Unternehmensführung
- 24 Executive Masterclass St. Gallen

General Management

- 26 St. Galler General Management-Lehrgang
- 28 Junior Management School St. Gallen
- 30 Betriebswirtschaft für Führungskräfte
- 32 Masterclass St. Gallen
- 34 Vorbereitung auf neue Führungsaufgaben
- 35 Strategie- und Finanzkompetenz für High Potentials
- 36 Finanz- und Führungskompetenz stärken

Leadership, Mitarbeiterführung

- 38 Executive Leadership Programm
- 40 Advanced Leadership
- 41 Mobilizing People
- 42 St. Galler Führungs-Seminar
- 44 St. Galler Führungstraining
- 46 Excellence in Leadership
- 48 St. Galler Change Management Programm
- 49 Authentische und motivierende Führung
- 50 Change Management-Seminar
- 51 St. Galler Führungsmethodik-Seminar
- 52 Agile Führung in der modernen Arbeitswelt

Persönlichkeitsentwicklung, Selbstführung

- 54 Auftreten und Wirken
- 55 10 Principles of Leadership and Life
- 56 Rhetorik für Manager
- 57 Führung & Persönlichkeit
- 58 Erfolgreiche Verhandlungsführung

- 59 Rhetorik - Die Kunst der Überzeugung

- 60 The Future of Work

Strategisches Management, Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Innovation

- 62 St. Galler Strategie-Seminar
- 64 Strategie & Leadership für Executives
- 66 Strategische Innovation mit Künstlicher Intelligenz
- 68 Strategisches Business Management
- 70 Leading Strategy & Innovation
- 72 Strategie & Change Management Programm
- 73 Nachhaltigkeitsmanagement (Sustainability)
- 74 Strategie & Marketing für Executives

Finanzen, Controlling

- 76 St. Galler Finanzmanagement-Seminar
- 78 St. Galler Finanzprogramm
- 79 Finanzielle Führung
- 80 Management-Kompetenz im Finanz- und Rechnungswesen
- 82 Controlling für Manager

Marketing, Vertrieb/Sales, Produktmanagement

- 84 Strategisches Marketing im Zeitalter von KI und Disruption
- 85 St. Galler Produktmanager-Lehrgang
- 86 Brand Management-Seminar
- 87 St. Galler Verkaufsmanagement-Seminar
- 88 Verkaufs- und Verhandlungskompetenz

Certification Programme

- 90 Aufbau und Konzept
- 91 Certified CEO Programm St. Gallen
- 92 Certified Executive Manager Programm St. Gallen
- 93 Certified Leader Programm St. Gallen
- 94 Certified General Manager Programm St. Gallen
- 95 Certified Entrepreneur Programm St. Gallen
- 96 Certified Business Unit Manager Programm St. Gallen
- 97 Certified Team Leader Programm St. Gallen
- 98 Certified Business Development Manager Programm St. Gallen

99 | Management Programs (English)

- 100 International Management Education

107 | Executive MBA, Master, Diplome, Certificates

- 108 Berufsbegleitende Studiengänge

129 | Corporate Programs

141 | SGMI Alumni Network

- 146 Administration und Organisation

137 | St. Gallen Consulting

147 | St. Gallen Online

Management-Weiterbildung St. Gallen

Als eine der renommiertesten, international tätigen Business Schools im deutschsprachigen Raum steht das SGMI Management Institut St. Gallen für anspruchsvolle, praxisorientierte Management-Weiterbildung und nachhaltige Consulting-Dienstleistungen – basierend auf dem St. Galler Management-Ansatz. Wir stehen ein für ausgewogene Fach- und Sozialkompetenz und bieten ein Netzwerk, wo Sie sich mit Führungspersonlichkeiten auf Augenhöhe austauschen und messen können.

Ganzheitlich, systemorientiertes Management St. Gallen

Seit jeher ist die Managementlehre von einer verwirrenden Vielfalt wissenschaftlicher Ansätze, Techniken und Methoden geprägt. Die meisten dieser Instrumente beleuchten jeweils nur einzelne Aspekte des Managements – ohne aufeinander abgestimmt zu sein. Nicht ohne Grund spricht man deshalb vom «Dschungel der Managementtheorien». Genau aus diesem Grund entstand die St. Galler Schule des ganzheitlichen, systemorientierten Managements. Was in den frühen 1970er-Jahren begann, hat sich seither zu einem der führenden Management-Ansätze entwickelt. Seine besondere Relevanz zeigt sich gerade in der jüngeren Wirtschaftsgeschichte: Das Modell der ganzheitlichen Unternehmensführung, das nachhaltigen Unternehmenserfolg über kurzfristige Gewinnmaximierung stellt, bietet der Praxis eine klare Orientierung und praxistaugliche Anwendungshilfen. Der St. Galler Ansatz ist dabei alles andere als statisch. SGMI entwickelt ihn kontinuierlich weiter – mit Modellen, die weniger der Theorie, dafür umso mehr der unternehmerischen Praxis dienen. Gerade in heutigen Zeiten mit hoher Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit bietet er Führungskräften einen verlässlichen Anker.

Philosophie St. Gallen

Wir leben eine Philosophie, die auf umsetzbare Erkenntnisse für die Praxis ausgerichtet ist. Als Business School prüfen wir neues Wissen konsequent auf Praxistauglichkeit – und konfrontieren es mit der Realität. In eigenen Projekten, in hunderten Gesprächen mit Unternehmern und Führungskräften, durch die Beobachtung konkreter Fallbeispiele und mittels Langzeitstudien. So entsteht Wissen, das verdichtet, verständlich und direkt umsetzbar ist.

Statt langweiliger Vorlesungen und leerer Worthülsen bieten wir packende Inhalte, massgeschneiderte Programme und passgenaue Lösungen. Moderiert von über 100 hochqualifizierten Expertinnen und Experten – Professoren, Dozenten, renommierten Beratern und erfahrenen Management-Trainern – die nicht nur lehren, sondern aus gelebter Praxis sprechen.

Zu unseren Referenzen zählen die renommiertesten Unternehmen. Zu unseren Stärken jährlich tausende begeisterte Kundinnen und Kunden – weltweit.

Europa/Schweiz

Mit Präsenz in Europa, den USA und Asien verbindet das SGMI Management Institut St. Gallen Denkansätze unterschiedlicher Kulturkreise mit dem ganzheitlich, systemorientierten Managementverständnis aus St. Gallen.

In unserem Heimmarkt Schweiz und Deutschland zählen wir seit Jahren zu den führenden Anbietern für Executive Education und Management Development. Mit einem Expertenteam in Wien verfügen wir zudem über eine starke Basis für die direkte Kundenbetreuung und Projektumsetzung in Österreich sowie in den wirtschaftlich aufstrebenden Ländern Osteuropas.

Die Wirtschaftsräume Frankreich, Spanien, Italien, Benelux, Skandinavien und UK beherbergen einige der bedeutendsten europäischen Konzerne – für sie ist SGMI ein exzellenter Partner in der strategischen Personalentwicklung auf höchstem Niveau.

Open Programs: Seminare

Jährlich besuchen mehrere tausend Führungskräfte die praxisorientierten öffentlichen Seminare unseres Instituts.

General-Management-Seminare für Executives

Diese Seminare richten sich an Executives und Führungskräfte mit Entscheidungs- und Ergebnisverantwortung – sowie an jene, die in solche Funktionen aufsteigen wollen. Der Fokus liegt auf aktuellstem General-Management-Wissen, das im Lichte eigener Erfahrungen reflektiert wird. Ergänzt durch intensiven Erfahrungs- und Netzwerkaustausch mit anderen Executives.

General-Management-Seminare für Juniors

Erfolgreiche Führung basiert auf einem ganzheitlichen Managementverständnis. Diese Seminare vermitteln Nachwuchsführungskräften, Middle-Managern, Fachspezialisten und Praktikern eine praxisgerechte Gesamtschau moderner Unternehmensführung. Neueste Erkenntnisse werden durch Übungen, Fallstudien und Management-Tools direkt in die Praxis übertragen.

Funktionale und Spezialisten-Seminare

Hier wird Management-Wissen gezielt in Fachbereiche vertieft – stets mit Blick auf das grosse Ganze. Besonders geeignet für Führungskräfte und Spezialisten, die sich themenspezifisch weiterentwickeln wollen:

- ▶ Strategisches Management
- ▶ Digitalisierung, Künstliche Intelligenz (KI), Innovation
- ▶ Marketing, Vertrieb/Sales, Produktmanagement
- ▶ Finanzen, Controlling

- ▶ Leadership, Mitarbeiterführung
- ▶ Persönlichkeitsentwicklung, Selbstführung
- ▶ Certification Programme

Management Programs in English

Internationale Programme verbinden die Denkweisen unterschiedlicher Kulturkreise mit dem systemorientierten St. Galler Management-Ansatz. Seminare in englischer Sprache in Europa, den USA und Asien geben Führungskräften die Möglichkeit, die Rolle ihres Unternehmens im globalen Kontext zu reflektieren und neu zu definieren.

Executive MBA, Master, Diplome, Certificates

Die Master-, Diplom- und Certificate-Ausbildung am SGMi St. Gallen ist etwas Besonderes. Ausgesprochen persönlicher Zuschnitt, gut bemessene Tiefe und zielfördernd geplante Eigenaktivitäten sind die Markenzeichen der Studiengänge. Die berufsbegleitenden Programme basieren auf dem ganzheitlichen, systemorientierten St. Galler Management-Ansatz und sind so konzipiert, dass sie über ECTS-Credits bis hin zum international anerkannten und akkreditierten Executive MBA anrechenbar sind:

- ▶ DBA Doctor of Business Administration (36 Monate)
- ▶ Executive MBA (24 Monate)
- ▶ Executive Master-Programme (18 – 24 Monate)
- ▶ SGMi Master of Management (12 – 18 Monate)
- ▶ Diplomprogramme (6 – 9 Monate)
- ▶ Management Certificates (4 – 8 Monate)

USA

Mit einem Expertenteam vor Ort sowie erstklassigen Seminarangeboten gewährleistet das SGMi Management Institut St. Gallen höchste Kundennähe. Die konsequente Ausrichtung auf individuelle Bedürfnisse hat SGMi zu einem anerkannten und etablierten Partner für massgeschneiderte, firmeninterne Management-Programme amerikanischer Unternehmen gemacht.

Asien

Seit vielen Jahren ist das SGMi Management Institut St. Gallen mit Seminaren und Programmen in Asien aktiv und ein geschätzter Partner zahlreicher Unternehmen. Durch Symposien und Seminare vor Ort bringt SGMi Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft zusammen und vermittelt aktuelles Wissen aus erster Hand. Ein Schwerpunkt liegt auf Japan, wo Unternehmen besonderen Wert auf landes- und kulturspezifische Vermittlung modernsten Management- und Führungswissens legen. Hier hat sich SGMi als Anbieter integrierter Entwicklungsprogramme etabliert – geschätzt vor allem für das traditionell hohe interkulturelle Verständnis der Schweizer.

Corporate Programs

Das ganzheitliche Weiterbildungsangebot des SGMi Management Instituts St. Gallen steht auch für firmenspezifische Programme zur Verfügung und macht Weiterbildung zu einem wirkungsvollen Instrument der Strategieumsetzung – global wie lokal. Gemeinsam mit Geschäftsleitung, Personalentwicklung und HR-Verantwortlichen unserer Auftraggeber entwickeln und realisieren wir zeitnah massgeschneiderte Programme für Weiterbildung sowie Management- und Organisationsentwicklung. In Seminaren, Workshops und Coaching-Formaten verbinden wir Wissensvermittlung, Wissenstraining und gezielte Anwendung in der Praxis.

Management Consulting

Wir verstehen uns als leistungsstarker Partner in der Unternehmensberatung – die St. Galler Alternative zu den grossen Beratungsunternehmen. Seit vielen Jahren unterstützen wir renommierte Konzerne ebenso wie mittelständische Unternehmen und Institutionen – mit nachweisbarem Erfolg. Unsere Beratungsphilosophie basiert bewusst auf den Prinzipien des St. Galler Management-Ansatzes. Kurzfristige Scheinoptimierungen, das Entsenden einer Heerschar unerfahrener Junior-Berater oder eindimensionale Standardlösungen lehnen wir ab. Stattdessen arbeiten bei uns erfahrene Sanierer, Strategen und Professoren Hand in Hand – mit dem Ziel, den nachhaltigen und ganzheitlichen Erfolg unserer Kunden sicherzustellen. Eine lange Referenzliste ist sichtbarer Beweis dieser Qualitätsstrategie.

St. Gallen Experience – ONLINE

Mit «St. Gallen Experience – online» vermitteln wir praxisorientiertes Management-Wissen nach dem St. Galler Ansatz – online, live und vollkommen ortsunabhängig. Das Format richtet sich an Führungskräfte, die trotz begrenzter Zeitressourcen ihr Wissen auffrischen, vertiefen oder erweitern möchten – unterstützt durch modernste Lerntechnologien.

www.sgeo.ch

Alumni Network

Unter dem Motto «Wiedersehen, Kennenlernen, Wissensaustausch» fördern die Alumni-Aktivitäten des SGMi Management Instituts St. Gallen aktiv den Aufbau und die Pflege von Netzwerken zwischen Führungskräften unterschiedlichster Unternehmen und Branchen – vom Grosskonzern bis zum Mittelstand, weltweit. Dafür bieten wir Symposien, regionale Alumni-Tagungen und digitale Wissensplattformen.

St. Gallen Centers

Mit den St. Gallen Centers bündelt das SGMi Management Institut St. Gallen seine Expertise und schafft spezialisierte Plattformen für die fokussierte und vertiefte Auseinandersetzung mit zentralen Managementthemen. Geboten wird modernstes St. Galler Know-how – für Management Education, massgeschneidertes Management Development und Consulting.

Weitere Informationen finden Sie in unseren Broschüren oder online unter: www.sgmi.ch

Gerne stehen wir Ihnen auch für ein unverbindliches Beratungsgespräch zur Verfügung.

SGMi Management Institut St. Gallen
Bogenstrasse 7, CH-9000 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 223 50 30
seminare@sgmi.ch

Gilbert Malgiaritta
lic. oec. HSG
(Universität St. Gallen)
Executive Director
Open Programs



Seminarprogramm



Master & Diplome



Executive MBA



Management Programs
in English



International Management
Education & Development



St. Gallen Experience
ONLINE



General Management für Executives

- 8 | Executive Programm St. Gallen
- 10 | Management & Leadership für Executives
- 11 | Senior Executive Management-Seminar
- 12 | Excellence in General Management
- 14 | Unternehmensführung & Persönlichkeit
- 16 | St. Galler General Management-Seminar
- 18 | Advanced Management Programm
- 20 | Ganzheitliches Management in der Praxis
- 22 | High Performance Leadership & Management
- 23 | Wertorientierte Unternehmensführung
- 24 | Executive Masterclass St. Gallen



Executive Programm St. Gallen

3-teiliges Executive Management Programm mit dem Ziel, die relevanten Fragestellungen der Unternehmensführung aus Sicht des Top Managements zu beleuchten. Eine einzigartige Verbindung von Strategie-, Finanz- und Leadership-Knowhow. Ganz getreu dem ganzheitlichen Denkansatz aus St. Gallen. Speziell konzipiert für Executive Manager mit weitreichender unternehmerischer Verantwortung.

Konzept

Moderne Wissensvermittlung setzt sich nicht nur mit der reinen Wissensgenerierung auseinander, sie garantiert gleichermassen auch den Wissenstransfer in die Praxis. Das SGMI Management Institut St. Gallen bietet mit diesem ganzheitlichen St. Galler Executive Management Programm ein praxisorientiertes, interaktives und umsetzungsstarkes Seminar an, in welchem aktuellstes Wissen von erfahrenen und praxiserprobten Top-Dozenten aufgebaut und präsentiert wird.

Durch die Interaktion mit und zwischen den Teilnehmenden aus Executive Management Positionen können in Ergänzung zur Vermittlung von aktuellem Management-Knowhow Erfahrungen unter seines- und ihresgleichen ausgetauscht, bestehendes Wissen hinterfragt und aktuelle Trends diskutiert werden. Dem Netzwerk-Gedanken wird hierbei in gebührendem Masse Rechnung getragen – ein nicht zu unterschätzender Faktor für ein erfolgreiches Executive Management-Seminar. Praktische Methodensets, anwendungsorientierte Arbeitsinstrumente und konkrete Handlungsempfehlungen für den Einsatz in der eigenen beruflichen Führungsverantwortung runden das Programm ab.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Strategisches Management

Präzise Strategien schaffen Orientierung und legen die Basis für künftige Wettbewerbsvorteile. Gerade in einem volatilen und von unerwarteten Veränderungen geprägten Umfeld braucht es einen klaren strategischen Rahmen. Ein systematisches Vorgehen hilft, relevante Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, strategische Handlungsfelder zu priorisieren und fundierte Entscheidungen für nachhaltigen Unternehmenserfolg zu treffen.

Der St. Galler Strategie-Ansatz

- ▶ Strategisches Management als Konzept
- ▶ Der Umgang mit Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Vielschichtigkeit
- ▶ Das St. Galler Phasenmodell einer effektiven Strategieentwicklung
- ▶ Von der Analyse bis zur Strategieumsetzung
- ▶ Potenziale und Anwendungsmöglichkeiten Künstlicher Intelligenz

Strategieentwicklung

- ▶ Bewertung der strategischen Ausgangslage
- ▶ Business Innovation als Treiber des Strategieprozesses
- ▶ Strategische Geschäftsfelder definieren
- ▶ Geschäftsmodell-Design

KI-unterstützte Szenarioarbeit

- ▶ Entwicklung und Reflexion strategischer Szenarien mit KI-Chatbots als Sparringspartner
- ▶ KI-gestützte Überprüfung von Modellen auf Plausibilität, Konsistenz und Robustheit
- ▶ Identifikation blinder Flecken und neuer Perspektiven im KI-gestützten Szenario-Dialog

Strategieformulierung

- ▶ Methoden und Instrumente der Strategieformulierung: Der One-Pager
- ▶ Strategische Quantifizierung: Das Konzept des Strategiegeldes zur Finanzierung von Strategien
- ▶ Strategische Initiativen in Ziele, Mittel und Massnahmen überführen
- ▶ Meilensteine und Verantwortlichkeiten definieren

Strategieimplementierung

- ▶ Umsetzungsbarrieren identifizieren und proaktiv angehen
- ▶ Organizational Change und Management von Strukturen
- ▶ Geschäftsprozessoptimierung
- ▶ Führungsinstrumente des Strategischen Controllings einsetzen

Teil 2: Leadership Management

Führung ist vielschichtig – einfache Rezepte greifen zu kurz. Das St. Galler Leadership-Konzept schafft Orientierung und bietet einen klaren Rahmen, um den eigenen Führungsstil situationsgerecht und mit Wirkung einzusetzen. Im Fokus steht die konsequente Ausrichtung von Leadership auf Strategie, unternehmerische Prioritäten und Ziele – für noch mehr Führungswirkung und nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Der integrierte St. Galler Leadership-Ansatz

- ▶ Vernetztes Denken in der Führung
- ▶ Die Rolle von unternehmensweiten Wertvorstellungen
- ▶ Der Zusammenhang zwischen exzellentem Leadership und der Verbesserung des Unternehmensergebnisses
- ▶ Der Umgang mit neuen Führungsansätzen im Zeitalter von New Work

Erfolgsfaktoren der Führung

- ▶ Gemeinsame Zielerreichung als Basis der Führungsarbeit
- ▶ Der Weg von der Risikokultur zur Chancenkultur
- ▶ Fehler in der Mitarbeiterführung erkennen und vermeiden
- ▶ Leadership in Krisensituationen und in Zeiten der Unsicherheit

Effektives Führungsverhalten

- ▶ Die eigene Führungspersönlichkeit kennen und persönliche Stärken wirkungsvoll einsetzen
- ▶ Authentizität beibehalten und sozialkompetent führen
- ▶ Der Unterschied zwischen Führung in Standard- und Führung in Drucksituationen
- ▶ Feedback als Chance für die persönliche Weiterentwicklung nutzen

Kernkompetenz Kommunikation und Motivation

- ▶ Die kommunikativen Anforderungen an eine Führungspersönlichkeit
- ▶ Kritisches Hinterfragen klassischer und neuer Kommunikationskonzepte
- ▶ Spitzenleistungen durch Motivation
- ▶ Die Ausstrahlungskraft motivierter Mitarbeitenden auf die gesamte Organisation

Führung und Zusammenarbeit im KI-Zeitalter

- ▶ Führen in hybriden und digitalen Arbeitswelten
- ▶ Einsatz von KI zur Erweiterung menschlicher Fähigkeiten und Steigerung der Produktivität
- ▶ Zusammenarbeit zwischen Mensch und KI

Teil 3: Finanzmanagement

Das Strategische Management gibt die Ziele vor, Leadership führt die Organisation dorthin und das Finanzmanagement liefert das notwendige Navigationsinstrumentarium. Finanzkennzahlen dienen dabei nicht primär der rückblickenden Kontrolle, sondern als Frühwarnindikatoren zur gezielten Steuerung des Unternehmens. Im Zentrum stehen die entscheidenden Finanzgrößen einer verantwortungsvollen Unternehmensführung sowie die zentralen Treiber einer nachhaltigen Wertsteigerung.

Unternehmenssteuerung aus finanzwirtschaftlicher Sicht

- ▶ Performance Management: Verantwortlichkeiten und Werkzeuge
- ▶ Die Klaviatur der wichtigsten Finanzkennzahlen beherrschen
- ▶ Methoden der fundierten Bilanz- und Cash Flow-Analyse
- ▶ Benchmarking mittels Einsatz von Kennzahlensystemen

Das Konzept der wertorientierten Unternehmensführung

- ▶ Free Cash Flow als Steuerungskennzahl und Bewertungsmaßstab

- ▶ Weighted Average Cost of Capital (WACC): Das Kapitalkosten-Modell
- ▶ Strategische und operative Werttreiber
- ▶ Szenario-Simulationen, Plausibilitätsprüfungen und Umgang mit Unsicherheit

Strategisches Finanzmanagement

- ▶ Das Zusammenspiel von Strategie, Rendite und Finanzierung
- ▶ Portfolio-Management durch Investitions- und Desinvestitionsstrategien
- ▶ Vorgehensweise bei Mergers & Acquisitions
- ▶ Bewertung von Unternehmen, Unternehmensteilen und Investitionen

Moderne Finanzierungsinstrumente

- ▶ Bewertung von alternativen Finanzierungskonzepten
- ▶ Möglichkeiten und Grenzen der Wachstumsfinanzierung
- ▶ Sanierungs- und Turnaround-Management
- ▶ Bilanzmanagement durch Optimierung der Kapitalverhältnisse

Künstliche Intelligenz im Finanzbereich

- ▶ Auswirkungen von KI auf den Finanzbereich
- ▶ Steigerung der Vorhersagequalität und Realisierung von Effizienzgewinnen
- ▶ Kritisches Denken bei KI-gestützten Finanzanalysen
- ▶ Künstliche Intelligenz im M&A Prozess

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens01

Deutschsprachige Durchführungen (3 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
12127	1. Teil	Lenzerheide	18. - 21.01.2027
	2. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
	3. Teil	Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
12227	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
	3. Teil	Vitznau/Luzern	28.06.-01.07.2027
12327	1. Teil	Vitznau/Luzern	07. - 10.06.2027
	2. Teil	Davos	23. - 26.08.2027
	3. Teil	Davos	13. - 16.09.2027
12527	1. Teil	St. Gallen	23. - 26.08.2027
	2. Teil	St. Gallen	11. - 14.10.2027
	3. Teil	St. Gallen	22. - 25.11.2027

Seminargebühr*: CHF 14 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme19

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Management & Leadership für Executives

Zweimal 4 Tage für Führungskräfte mit umfassender Management- und Leadership-Verantwortung. Dieses St. Galler Executive Management Programm verbindet Strategie, Kommunikation, Finanzmanagement und Leadership – kompakt, vernetzt und auf die Herausforderungen an der Unternehmensspitze ausgerichtet.

Konzept

Executives, Vorstände, CEOs, Unternehmer, Geschäftsleitungsmitglieder und Senior Manager tragen Verantwortung für das Ganze. Das Programm verbindet strategische Unternehmensführung mit wirkungsvollem Leadership und schafft eine ganzheitliche Managementperspektive. Im Fokus stehen Orientierung, Entscheidungsqualität und Führungswirkung.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Executive Management

Im Mittelpunkt stehen die zentralen Hebel erfolgreicher Unternehmensführung: strategische Weichenstellungen, neue Geschäftsmodelle, Markt- und Technologiewandel sowie die Sicherung von Wettbewerbsvorteilen und Wachstum.

Strategisches Management und neue Geschäftsmodelle

- ▶ Business Innovation als Treiber der Strategieentwicklung
- ▶ Wirkungsprinzipien des strategischen Managements
- ▶ Vom Strategie-Design bis zur Strategieformulierung

KI als strategischer Sparringspartner der Unternehmensführung

- ▶ Gezielter KI-Einsatz für Strategie- und Managementaufgaben
- ▶ Früherkennung von Markttrends und disruptiven Entwicklungen
- ▶ Simulation strategischer Szenarien und fundierte Bewertung von Handlungsoptionen

Herausforderung Kommunikation

- ▶ Die Kommunikationsaufgabe des Executive Managements
- ▶ Schärfung der eigenen rhetorischen Fähigkeiten
- ▶ Der Umgang mit Medien, Politik und Interessensgruppen

Unternehmenssteuerung durch Finanzmanagement

- ▶ Die nachhaltige Cash Flow Generierung durch ein überzeugendes Geschäftsmodell
- ▶ Ausgewogene Kennzahlen-Systeme zur Steuerung
- ▶ Hebel zur Steigerung des Unternehmenswertes

Teil 2: Executive Leadership

Im Fokus steht die persönliche Führungswirkung. Entscheidend sind die Fähigkeiten, Orientierung zu geben,

Menschen zu gewinnen und mit Klarheit und Authentizität Wirkung zu entfalten.

Das ganzheitliche St. Galler Leadership-Konzept

- ▶ Führung mit Wirkung und Ergebnisverantwortung
- ▶ Stärkung der persönlichen Leadership-Wirkung
- ▶ Rollenverständnis und Verantwortung von Top Executives

Führungsprofil und Führungswirkung

- ▶ Persönlicher Führungsstil und individuelle Wirkung
- ▶ Situationsgerechte Führung auf Executive-Ebene
- ▶ Führungswirkung in anspruchsvollen Situationen

Authentische Führung

- ▶ Persönliche Stärken als Basis wirksamer Führung
- ▶ Klarheit über die eigene Rolle als Leader
- ▶ Souveränität, innere Stärke und Überzeugungskraft

Leadership durch Motivation und Kommunikation

- ▶ Führung und Dynamik von High-Performance-Teams
- ▶ Kommunikative und soziale Führungskompetenz
- ▶ Kommunikation als Hebel für Motivation und Performance

Leadership im KI-Zeitalter

- ▶ Führung in hybriden, digitalen und KI-geprägten Arbeitswelten
- ▶ Neue Rollen und Anforderungen an Leadership durch KI
- ▶ Wirkungsvolles Zusammenspiel von Mensch und KI

Seminaranten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
14826	1. Teil	St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Lenzerheide	23. - 26.11.2026
14926	1. Teil	St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Lenzerheide	25. - 28.01.2027
14127	1. Teil	St. Gallen	01. - 04.03.2027
	2. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
14227	1. Teil	St. Gallen	01. - 04.03.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	28.06. - 01.07.2027
14427	1. Teil	St. Gallen	07. - 10.06.2027
	2. Teil	Davos	23. - 26.08.2027

Seminargebühr*: CHF 10 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailed information, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme18

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Topmanagement-Seminar zu den zentralen Fragen zukunftsorientierter Unternehmensführung. Spitzenreferenten mit Erfolgsausweis in Praxis, Wissenschaft und Beratung. Speziell geeignet für CEOs, Executive Führungskräfte der obersten Ebene, Vorstände, Geschäftsführer, Unternehmer, Mitglieder der Geschäftsleitung, Senior Executive Manager sowie Führungskräfte, die für entsprechende Aufgaben und Funktionen vorgesehen sind.

Konzept

Vor dem Hintergrund eines stetigen und sich immer schneller drehenden Wandels muss die Vorstellung, strategische Erfolgspositionen zu besetzen, die dauerhaft rentable Marktpositionen sichern und die daraus längerfristig überdurchschnittliche Rentabilität erwarten lassen, relativiert und um neue Modelle und Management-Konzepte erweitert werden. Der Glaube, durch Kostensenkungsprogramme, Lean Management und Optimierung der Geschäftsprozesse bereits Management-Excellence zu erreichen, weicht zunehmend der Einsicht, dass damit bestenfalls ein Gleichziehen mit der Konkurrenz, aber keine echten Wettbewerbsvorteile geschaffen werden. Benchmarking genügt nicht mehr, gefragt sind vielmehr Geschäftsmodelle, die sich von der Konkurrenz abheben und damit Wettbewerbsvorteile verschaffen. Selbstverständlich kann auf der operativen Ebene auf die obengenannten Konzepte und Methoden nicht verzichtet werden. Sie allein sind jedoch noch keine Antwort auf die zentralen Fragen erfolgreicher Unternehmensführung. Das Senior Executive Management-Seminar bezweckt, hier anzuknüpfen und die zentralen Themen zukunftsorientierter Unternehmensführung aus normativer und strategischer Sicht in konzentrierter Form aufzuzeigen.

Themenschwerpunkte

Geschäftsmodelle und Business Innovation

Volatile Märkte und sich rasch verändernde Rahmenbedingungen stellen Unternehmen vor neue strategische Herausforderungen. Klassische Planungsansätze stossen dabei zunehmend an ihre Grenzen. Gefragt sind anpassungsfähige Geschäftsmodelle, die Orientierung geben und zugleich Raum für Innovation schaffen. Strategische Führung verbindet dabei langfristige Ziele mit der Fähigkeit, flexibel auf Veränderungen zu reagieren.

Wachstum durch Internationalisierung und technologischen Wandel

Internationalisierung und technologischer Fortschritt eröffnen neue Wachstumsperspektiven. Unternehmen können neue Märkte und Kundengruppen erschliessen und ihre Wertschöpfung gezielt erweitern. Entscheidend ist, attraktive Wachstumsfelder zu identifizieren und die damit verbundenen Chancen erfolgreich zu nutzen.

Strategische Unternehmensführung mit KI

Künstliche Intelligenz entwickelt sich zu einem wirkungsvollen Sparringspartner der Unternehmensführung. Sie unterstützt dabei, komplexe Zusammenhänge zu analysieren, Zukunftsszenarien zu entwickeln und strategische Optionen fundiert zu bewerten. Die Verbindung von menschlicher Erfahrung und KI ermöglicht neue Perspektiven und stärkt die Qualität strategischer Entscheidungen.

Erfolg mit Leadership und Kommunikation

Eine wesentliche Führungsaufgabe in der modernen Informationsgesellschaft ist die Kommunikation nach innen wie auch nach aussen. Eine glaubwürdige Kommunikationsstrategie und ein in sich konsistentes Leadership-System von den normativen Leitgedanken bis hin zum täglichen Führungsverhalten zeugen von Kompetenz und Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung.

Modernes Finanzmanagement

Vom Topmanagement wird heute vermehrt verlangt, die Interessen der Aktionäre in Form steigender Aktienkurse und höherer Dividenden stärker zu berücksichtigen. Die finanzielle Führungsverantwortung greift hingegen weiter. Im Zentrum dieses Seminarteils stehen die praxisnahe Vermittlung der dazu passenden Konzepte sowie das Aufzeigen der aktuellsten Trends im Finanzmanagement.

Seminardaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
50426	St. Gallen	09. - 12.11.2026
50127	St. Gallen	01. - 04.03.2027
50227	St. Gallen	07. - 10.06.2027
50327	Vitznau/Luzern	30.08. - 02.09.2027

Seminargebühr*: CHF 5900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailed information, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Excellence in General Management

2-teiliges Programm für Führungskräfte in General-Management-Positionen sowie jene, die in solche Positionen nachrücken werden. Geeignet für Unternehmerinnen und Unternehmer sowie deren Stellvertreter, Mitglieder der Geschäftsleitung und des Vorstands, Verantwortliche wichtiger Teilbereiche sowie Führungskräfte der oberen Ebenen, Leiter/innen bedeutender Profitcenters, Funktionalverantwortliche und Spezialisten.

Konzept

Die Zeiten sind härter geworden. Es gilt, in einem schwierigen Umfeld den Erfolg zu sichern und zu den Besten zu gehören. Gutes soll, sofern es auch für die Zukunft hilft, bewahrt werden. Neues jedoch ist unerlässlich, um im Wandel zu bestehen. Führungskräfte in General-Management-Positionen sind dabei besonders gefordert: Sie geben jene Impulse und treffen jene Entscheidungen, die das Wohlergehen des Unternehmens bestimmen und bestimmen werden. «Excellence in General Management» ist ein 2-teiliges Programm, das die heute besonders wichtigen Themen erfolgreicher Management-Tätigkeit behandelt, neues Wissen aufzeigt und ausreichend Zeit einräumt, um die wesentlichen Fragen der Praxis vertieft zu beleuchten.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Der St. Galler Management-Ansatz

Wofür braucht es Management-Modelle? Und was hat den St. Galler Management-Ansatz für die Praxis so wertvoll gemacht? Die Teilnehmenden lernen, wie eine Vielzahl von Zielen, eine Flut von Projekten und Programmen so geordnet werden, dass Ganzheitlichkeit nicht verloren geht und Resultate im Vordergrund bleiben. Sie lernen, Komplexität und Vielfalt als Teil der Führungsaufgabe zu akzeptieren und Umsetzungsstärke und Antriebskraft in vernetzten Situationen auszubauen.

- ▶ Komplexität als Teil der unternehmerischen Realität
- ▶ Die Kunst, ganzheitlich zu führen
- ▶ Resultatorientierung und Umsetzungsstärke im General-Management
- ▶ Zentrale unternehmerische Entscheidungen

Die richtige Strategie

Strategische Entscheidungen sind Weichenstellungen. Meist irreversibel. Und der eingeschlagene Weg entscheidet über Erfolg oder Misserfolg, über Wertaufbau oder Wertverlust, über Sicherheit der Arbeitsplätze oder schleichenden, manchmal abrupten Abbau, über Markanteilsgewinn oder Verlust der Marktposition. Strategische Fehler rächen sich nicht sofort, aber dafür umso härter. Strategische Innovationen rentieren nicht sofort, aber sie sollen die Zukunft sichern. Wer strategischen Handlungsbedarf übersieht oder verdrängt, handelt fahrlässig. Die Qualität eines gekonnten General Managements zeigt sich an der Qualität der strategischen Entscheidungen.

- ▶ Wie strategischer Handlungsbedarf diagnostiziert wird
- ▶ Wie der Megatrend Digitalisierung das Geschäftsmodell-Design beeinflusst
- ▶ Wie strategische Optionen evaluiert werden
- ▶ Wie Strategien entwickelt werden, mit denen die Chance auf eine erfolgreiche Zukunft optimiert werden kann

Strategische Führung mit KI

Künstliche Intelligenz eröffnet neue Möglichkeiten für Strategie und Unternehmensführung. Chatbots und intelligente Assistenzsysteme unterstützen dabei, Marktveränderungen und Trends frühzeitig zu erkennen und einzuordnen. Strategische Szenarien lassen sich gezielt durchspielen und unterschiedliche Handlungsoptionen fundiert bewerten. Im Zusammenspiel mit menschlicher Erfahrung wird KI so zum Sparringspartner für bessere Entscheidungen und neue Wertschöpfungspotenziale.

Human Resources Management

Excellence in Business Management bedeutet Führungsverantwortung nicht nur über eine einzige Hierarchieebene, sondern über einen grossen Geschäftsbereich oder ein gesamtes Unternehmen wahrzunehmen. Effektivität und Führungsklima können jedoch direkt nur im eigenen Team gesteuert werden. Was ist zu tun, um darüber hinaus Mitarbeiterleistung und Arbeitszufriedenheit auf allen Ebenen zu bewirken?

- ▶ Die Gesetzmässigkeiten erfolgreicher Führung
- ▶ Spitzenleistungen verlangen und ermöglichen
- ▶ Leadership entwickeln und fördern

Finanzmanagement

Die Erwartung, den Unternehmenswert zu steigern, erzeugt Druck auf das Management und zwingt Ergebnisverantwortliche, die Steuerungsmechanismen des Finanzmanagements zu beherrschen. Wer nicht in börsennotierten Unternehmen tätig ist und den Druck des Finanzmanagements weniger stark spürt, kommt dennoch an ökonomischen Sachzwängen, Erwartungen der Eigner oder Ratings der Banken nicht vorbei. Ergebnisverantwortliche Führungskräfte werden zusätzlich zu den strategischen und marktbezogenen Resultaten primär auch an finanzwirtschaftlichen Ergebnissen gemessen.

- ▶ Finanzielle Führung und Ergebnissteigerung
- ▶ Moderne Kennzahlensysteme
- ▶ Financial Engineering
- ▶ Den Unternehmenswert steuern

Teil 2

Veränderung durch Führung

Wer Veränderungen umsetzen will, kommt mit neuen Spielregeln alleine meist nicht zum Ziel. Hier braucht es Veränderungen: Neue Strukturen, neue Wertschöpfungs- und Geschäftsmodelle. Dazu neue Kernkompetenzen, neue «human skills», eine neue Kultur, neue Prozesse und angepasste Informations- und Kommunikationssysteme. Wo Change Management nötig ist, ist Leadership gefordert.

- ▶ Führungswirkung und Technik
- ▶ Organisatorische und Persönliche Aspekte
- ▶ Führen, um zu implementieren
- ▶ Instrumente wirkungsvoller Führung
- ▶ Erfahrungen aus der Praxis

Change Management

Wer die Gefahren einer erfolgreichen Strategieumsetzung kennt, weiss, wo steuernd anzusetzen ist. Meist braucht es einige ganz entscheidende Eingriffe in das System der Unternehmung, um Ziele auch zu erreichen.

- ▶ Phasenkonzept für erfolgreiches Change Management
- ▶ Akzeptanz für Wandel erreichen
- ▶ Implementierungsbarrieren erkennen und lösen
- ▶ Der Umgang mit Ängsten und Widerständen
- ▶ Trends im Change Management
- ▶ Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Change-Prozess

Leadership und Führungsverhalten

In Situationen des Umbruchs sehen sich Führungskräfte oft mit Situationen konfrontiert, in welchen es schwierig ist, den richtigen Umgang damit zu finden. Wie soll in solchen Führungssituationen reagiert werden, welche Massnahmen drängen sich auf und welche Vorgehensweisen bieten sich in kritischen Momenten dieser Art einer Führungskraft an? Die Antworten dazu können direkt in der Praxis umgesetzt werden und bieten einen klaren Handlungsrahmen, der für genau solche Fälle bereit gehalten werden kann.

- ▶ Unterschiedliche Führungssituationen erfordern unterschiedliches Führungsverhalten
- ▶ Der Umgang mit schwierigen Führungssituationen
- ▶ Das eigene Kommunikationsverhalten in kritischen Situationen
- ▶ Potentiale der agilen Arbeitswelt nutzen

Teilnehmerstimmen

«Auf top Niveau ausgetragenes Seminar. Die Stoffinhalte wurden intelligent und mit scharfem Sinn vermittelt. Eine sehr gute Erfahrung, mein Wissen zu erweitern und auch in der Praxis zu verwenden.»

«Exzellent. Bestes Management-Training bisher. SGMI-Niveau hoch.»

«Das Seminar lebt und besticht durch die lebendige Gestaltung und durch die mit vielen Praxisbeispielen angereicherte Vermittlung von Lerninhalten in überaus angenehmer Atmosphäre.»

«Das Seminar hat meine Erwartungen voll und ganz erfüllt. Der übersichtliche theoretische Einstieg wird mit Impulsen und Trends verknüpft, die auch gemeinsam im Team mit Praxisbezügen kontextualisiert werden.»

«Sehr kompetente Referenten sowie einwandfrei vorbereitetes und durchgeführtes Seminar. Jederzeit zu empfehlen!»

«Ausgezeichnete Referenten, die über viel Erfahrung verfügen und vor allem in der Lage sind, auf die relevanten Schwerpunkte zu fokussieren und parallel dazu die Zusammenhänge herzustellen. Sehr gut!»



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/16

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
42127	1. Teil St. Gallen	22. - 25.02.2027
	2. Teil Vitznau/Luzern	05. - 08.04.2027
42227	1. Teil St. Gallen	22. - 25.02.2027
	2. Teil Davos	20. - 23.09.2027
42327	1. Teil St. Gallen	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil Davos	20. - 23.09.2027
42427	1. Teil St. Gallen	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil Brunnen	29.11. - 02.12.2027
42527	1. Teil Davos	11. - 14.10.2027
	2. Teil Brunnen	29.11. - 02.12.2027

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme08

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



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 Vor-schusslorbeeren 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 vermittelt zentrale Ansätze für eine wirksame Unternehmensführung in einem dynamischen und technologiegeprägten Umfeld. Im Fokus stehen strategische Entscheidungen, der gezielte Einsatz Künstlicher Intelligenz sowie eine überzeugende Führungskommunikation. Darüber hinaus geht es um die nachhaltige Steuerung von Wachstum, Rentabilität und Unternehmenswert. Bewährte Managementkonzepte und konkrete Praxisbeispiele schaffen den direkten Bezug zum Führungsalltag.

Dynamische Märkte, technologische Veränderungen und zunehmende Komplexität stellen die strategische Führung vor neue Herausforderungen. Strategien müssen heute schneller entwickelt, überprüft und angepasst werden. Gleichzeitig gilt es, unterschiedliche Geschäftsfelder, Märkte und Prioritäten aufeinander abzustimmen. Das Seminar zeigt, wie überzeugende Strategien entwickelt und in klare Entscheidungen überführt werden. Im Mittelpunkt stehen dabei die zentralen Wirkungsprinzipien des strategischen Managements und ein effizient gesteuerter Strategieprozess.

Strategische Entscheidungen im Zusammenspiel mit KI

Künstliche Intelligenz erweitert die Möglichkeiten der strategischen Unternehmensführung. KI-basierte Assistenzsysteme unterstützen dabei, komplexe Entwicklungen zu analysieren, relevante Trends zu erkennen und Zukunftsszenarien zu entwerfen. Dadurch lassen sich strategische Optionen systematischer prüfen und fundierter bewerten. Im Zusammenspiel mit menschlicher Erfahrung und Urteilskraft wird KI zu einem wirkungsvollen Sparringspartner für strategische Entscheidungen.

Kommunikation als Führungsaufgabe

Wirksame Führung braucht überzeugende Kommunikation – in erfolgreichen ebenso wie in herausfordernden Situationen. Führungskräfte müssen Orientierung schaffen, Entscheidungen vermitteln und unterschiedliche Anspruchsgruppen erreichen. Besondere Anforderungen entstehen in Veränderungs- und Krisensituationen. Das Seminar stärkt die kommunikativen Fähigkeiten, die Top Manager für einen souveränen und glaubwürdigen Auftritt benötigen.

Profitables Wachstum und Unternehmenswert

Nachhaltiger Unternehmenserfolg verlangt mehr als Umsatzwachstum. Top Manager müssen Rentabilität, Kapital-effizienz und Unternehmenswert ganzheitlich steuern und die finanziellen Auswirkungen strategischer Entscheidungen verstehen. Dazu gehören auch Akquisitionen, Fusionen, Unternehmensverkäufe und Private-Equity-Transaktionen. Das Seminar vermittelt die zentralen Zusammenhänge und stärkt die finanzielle Entscheidungskompetenz auf Top-Management-Ebene.

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

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

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

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

«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.»

«Lehrreiches Programm mit top Teilnehmern - praxisnah, zeitgerecht und aktuell.»

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
ML1356	1. Teil St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil Wildhaus	17. - 19.03.2027
ML1317	1. Teil St. Gallen	01. - 04.03.2027
	2. Teil Wildhaus	17. - 19.03.2027
ML1327	1. Teil St. Gallen	01. - 04.03.2027
	2. Teil Sempachersee	09. - 11.06.2027
ML1337	1. Teil St. Gallen	07. - 10.06.2027
	2. Teil Brunnen	20. - 22.10.2027
ML1347	1. Teil Vitznau/Luzern	30.08.-02.09.2027
	2. Teil Brunnen	20. - 22.10.2027

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

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

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler General Management-Seminar

Seminar mit dem Ziel, die wichtigsten Entscheidungen von Ergebnis- und Veränderungsverantwortlichen ganzheitlich und in ihrer Vernetzung darzustellen. Speziell geeignet für Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer, Leiter von Geschäftsbereichen und Unternehmenseinheiten, Führungskräfte, die eine ganzheitliche Führungsaufgabe innehaben oder übernehmen werden sowie für Verantwortliche von wichtigen Veränderungsprojekten.

Konzept

Die Anforderungen an gesamtverantwortliche Führungskräfte steigen: Krisensituationen, globale Konkurrenz und Internationalisierung des Geschäfts, Konzentrationsprozesse und Zwang zu Kostensenkung, Innovations- und Differenzierungsnotwendigkeit sowie technologischer Wandel erzeugen eine fast unglaubliche Dynamik. Für das Management heisst dies, in immer kürzeren Abständen wichtige, richtungsweisende Entscheidungen treffen zu müssen. Die meisten dieser Entscheidungen weisen zwei Merkmale auf:

- ▶ Es sind nie alle Informationen vorhanden, die man für eine rein rationale Entscheidung benötigen würde. Zudem sind die vorhandenen Informationen auf mehrere «Köpfe» im Unternehmen verteilt.
- ▶ Unternehmerische Entscheidungen betreffen meist komplexe Situationen und erfordern daher vernetztes Denken. So kann z. B. eine Strategie nicht gegen die Logik der Anreizsysteme realisiert werden, eine Ausdehnung des Sortiments beeinflusst die Kapitalintensität, Pioniertaten bedingen Pioniergeist und veränderungsfreudige Kultur usw. Im Seminar werden Konzepte, Methoden und praktische Ausgestaltung anhand von Praxisbeispielen und Teilnehmererfahrungen vertieft und instrumental so untermauert, dass ein Praxistransfer der Erkenntnisse ermöglicht wird.

Themenschwerpunkte

Zentrale unternehmerische Entscheidungen

Anhand des St. Galler Management-Ansatzes wird am ersten Seminartag eine systematische «Reise» durch die Entscheidungswelt eines General Management-Verantwortlichen unternommen:

- ▶ Welches sind die zentralen unternehmerischen Entscheidungen?
- ▶ Was bedeutet «vernetztes Denken» zur Gesamtsteuerung eines Unternehmens oder einer Unternehmenseinheit?

Strategisches Management

Strategien definieren Leitstern und Marschrichtung des Unternehmens. Gesamtverantwortliche Führungskräfte sind für den Entwicklungsstand der strategischen Planung, der strategischen Führung und der Strategieimplementierung zuständig. Obwohl Grundlagen, Methoden und Instrumente des strategischen Managements heute bekannt und weit verbreitet sind, befriedigt die Integration des strategischen Managements in die Führungssysteme meist nicht.

- ▶ Wie sollen strategische Entscheidungen vorbereitet werden, um zu den wirklich wegweisenden Entscheidungen zu gelangen?
- ▶ Welche strategischen Impulse sind «Chefsache» und in der Verantwortung der obersten Leitung?
- ▶ Welche Methodik hat sich in der Praxis bewährt, um das strategische Management mit Planung, Budgetierung und Kontrolle zu verknüpfen und somit als echtes Führungsinstrument ausbauen zu können?
- ▶ Methoden und Instrumente, die zu Digital Readiness und Business Excellence verhelfen
- ▶ Künstliche Intelligenz (KI) als Partner, Instrument und Beschleuniger
- ▶ Mit Chatbots im Dialog; Szenarien zur Strategievalidierung

Finanzmanagement

Ergebnisverantwortliche Führungskräfte werden zusätzlich zu den strategischen und marktbezogenen Resultaten an finanzwirtschaftlichen Resultaten gemessen. Aktionäre, Gesellschafter, Bankenvertreter und Analysten erwarten steigende Gewinne, Cash-flow, Free Cash-flow, Eigenkapitalrenditen und, bei börsenkotierten Firmen, steigende Aktienkurse und Dividenden. Die «Shareholder Value-Perspektive» erzeugt Druck auf das Management und zwingt jeden Ergebnisverantwortlichen, die Steuerungsmechanismen des Finanzmanagements zu beherrschen.

- ▶ Wertorientierte Unternehmenssteuerung
- ▶ Ganzheitliches Renditemanagement: Rendite, Risiko und Kapitalkosten
- ▶ Bilanzmanagement und Working Capital Optimierung
- ▶ Führen mit Kennzahlen und Cashflows
- ▶ Steuerungsinstrumente als Brücke zur strategischen Unternehmensausrichtung optimal einsetzen

Human Resources Management und Leadership

Wer für Dutzende, Hunderte oder gar Tausende Mitarbeiter verantwortlich ist, führt selbst nur gerade einige wenige in direkter Linienverantwortung. Effektivität und Führungsklima können vom Gesamtverantwortlichen direkt nur in seinem eigenen Team gesteuert werden. Wie aber ist Mitarbeiterleistung und Arbeitszufriedenheit auf allen Ebenen zu steuern?

- ▶ Die «Gesetze» erfolgreicher Führung
- ▶ Methoden und Instrumente für Effektivität und Effizienz
- ▶ Kommunikations- und Konfliktfähigkeit entwickeln
- ▶ Spitzenleistungen verlangen und ermöglichen
- ▶ Leadership entwickeln und fördern



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/38

Teilnehmerstimmen



«Sehr gutes Seminar mit kompakter Darstellung der wichtigsten Punkte. Hochqualifizierte Dozenten, die diese Themen ausgesprochen kurzweilig mit hohem Praxisbezug vermittelt haben.»

«Ich möchte Ihnen gerne meine Hochachtung für die exzellente Qualität des Seminars ausdrücken. Vor allem möchte ich die exzellente Qualität der Referenten in ihren entsprechenden Bereichen loben. Für mich war die Seminarwoche ein Riesenerfolg und eine Bestätigung dessen, dass ich die richtige Entscheidung getroffen habe, mich beim SGMI weiterzubilden.»

«Sehr gutes Seminar. Höchst professionell und mit direktem Praxisbezug.»

«Tolles Seminar, die Erwartungen wurden übererfüllt! Viele Beispiele zur Verdeutlichung und anschauliche Präsentationen in ansprechender Location. Werde ich definitiv weiterempfehlen.»

«Die Seminarinhalte werden verständlich und praxisgerecht vermittelt. Uneingeschränkt empfehlenswert!»

«Sehr praxisnahes Seminar mit tollen Referenten. Meine Batterien sind wieder voll. Eines der besten Seminare, das ich je besucht habe!»

«Hochwertige Vermittlung des aktuellen Erkenntnisstandes in den einzelnen Themengebieten: Kompakt und informativ.»

«Sehr professionelles Seminar - hat meine Erwartungen übertroffen. Kompetente Dozenten mit stark praxisorientiertem Hintergrund, toll!»

«Ein exzellenter Überblick in perfekter Balance aus möglicher Breite und nötiger Tiefe über die Schlüsselfelder des Managements.»

Seminardaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
51127	St. Gallen	22. - 25.02.2027
51227	St. Gallen	28.06. - 01.07.2027
51327	Davos	11. - 14.10.2027

Seminargebühr*: CHF 4900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Advanced Management Programm

Achttägiges Management-Seminar in zwei Teilen zu den zentralen Themen erfolgreicher Unternehmensführung für Vorstände, Aufsichts- und Verwaltungsräte, Unternehmer, Geschäftsführende Gesellschafter, Mitglieder der Geschäftsleitung, Direktoren, Geschäftsführer, General Manager, Geschäftsbereich-Verantwortliche sowie Führungskräfte, die für solche Funktionen vorgesehen sind.

Konzept

Das Advanced Management Programm eignet sich speziell für Führungskräfte, die sich bewusst einmal aus dem Geschäftsalltag ausklinken wollen, um über die grundlegenden Fragen erfolgreicher Unternehmensentwicklung zu reflektieren. Sie lassen sich durch Top-Referenten die neuesten Management-Themen präsentieren, sehen dann Analogien zu ihrem eigenen Unternehmen; Assoziationen werden geweckt, Ideen für eigene Schwerpunktthemen angeregt. Ausreichend Zeit bleibt für den Erfahrungsaustausch untereinander sowie die Möglichkeit, die Referenten mit konkreten Problemstellungen aus dem eigenen beruflichen Umfeld zu konfrontieren.

Zuallererst beschäftigen wir uns mit der «Königsdisziplin» des Top Managements, dem strategischen Management. Erfahrungen aus über 200 Strategiekprojekten fliessen dabei ein. Anschliessend steht finanzielle Führung im Zentrum. Als letztes werden die Themen Leadership und Change Management beleuchtet. Wir zeigen Ihnen dabei, welche Möglichkeiten Executives wirklich haben, um die Leistung an der Basis entscheidend zu beeinflussen und durch gutes Leadership die Resultate zu verbessern.

Zu Beginn des zweiten Teils zeigen wir anhand von Praxisfällen, wie Projekte zur Ergebnisverbesserung, Restrukturierung und Reorganisation angepackt werden. Mit den Programmpunkten Finanzmanagement, Unternehmensbewertung, Mergers & Acquisitions und Finanzierung beenden wir ein Programm, das Ihnen sicher wertvolle Impulse für die Praxis sowie interessante persönliche Kontakte und einen lebhaften Erfahrungsaustausch gebracht haben wird.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Strategisches Management

Gute Strategien vereinen das Kreative und Visionäre mit dem realistisch Machbaren. Schlechte Strategien sind utopisch, unpräzise oder von den Mitarbeitern unverstanden, weil nicht kommunizierbar oder zu wenig hartnäckig kommuniziert. Wie werden präzise und kommunizierbare Strategien zur Zukunftssicherung, zur nachhaltigen Wertsteigerung und zur Sicherung der Beschäftigung entwickelt? Wie können strategische Konzepte die Anpassungsfähigkeit und Flexibilität – und damit auch die Krisenresistenz – von Unternehmen erhöhen?

- ▶ Der ganzheitliche Prozess der Strategieentwicklung
- ▶ Eruierung des strategischen Handlungsbedarfes
- ▶ Strategische Optionen prüfen und bewerten
- ▶ Strategien definieren, planen und implementieren
- ▶ KI als strategischer Sparringspartner gezielt einsetzen
- ▶ Menschliche Urteilskraft und KI wirkungsvoll verbinden

Finanzielle Führung, Controlling

Dieser Seminarteil ist dem Thema finanzielle Führung und Controlling gewidmet. Mit einem vernünftigen Zeitaufwand soll eine gesunde finanzielle Entwicklung gesteuert werden können. Welche Instrumente dazu nötig sind und welche Anforderungen von Executives an das Controlling gestellt werden müssen, wird anhand praktischer Beispiele erläutert und diskutiert.

Leadership & Change Management

Wer oben in der Hierarchie steht und Mitarbeiter zum Erfolg führen soll, weiss, wie schwer es ist, über mehrere Ebenen hindurch zu begeistern und zu bewegen. Umso wichtiger ist es, den vorhandenen Spielraum optimal auszunutzen und Spielregeln so zu beeinflussen, dass die erwartete Leistung mit hoher Wahrscheinlichkeit erreicht werden kann. Spitzenleistungen sind meist das Resultat hochmotivierter, ziel- und resultatorientierter Teams und Mitarbeiter. Nötig sind daher viele Leader und nur wenige Verwalter.

Teil 2

Ergebnissteuerung in der Praxis

- ▶ Wege zur Ergebnisverbesserung
- ▶ Nutzen und Schaden des Shareholder Value-Konzeptes
- ▶ Rentabilitätsziele setzen und erreichen

Finanzmanagement

- ▶ Finanzmanagement als Teil der Führung
- ▶ Finanzmanagement im KI-Zeitalter
- ▶ Finanzwirtschaftliche Kennzahlensysteme
- ▶ Bewertungsverfahren mittels Discounted Cash Flow Methoden
- ▶ Ermittlung und Einsatz der Kapitalkosten
- ▶ Wertsteigerungskonzepte

Restrukturierung und Reorganisation

Kunden, Technologien, Wettbewerbssituationen und Rahmenbedingungen ändern sich. Wer erfolgreich überleben will, muss den Anpassungsprozess vorausschauend und aktiv gestalten. Hier liegt die grosse Chance einer wohldurchdachten und überlegt durchgeführten Restrukturierung und Reorganisation. Wer sich dieser Herausforderung rechtzeitig stellt, hat alle Trümpfe in der Hand, das Unternehmen noch erfolgreicher zu positionieren, und ausreichend Mittel, um allfällige Härtefälle sozialverträglich abzufedern.

Unternehmensbewertung, Mergers & Acquisitions, Finanzierung

Unternehmen kaufen, Firmenteile verkaufen, Fusionen planen, über Finanzierungsstrategien entscheiden: All diese Transaktionen gehören zum Aufgabengebiet des obersten Managements. Renommiertere Persönlichkeiten aus dem Finanzmanagement zeigen Ihnen, wie Unternehmen bewertet, gekauft oder verkauft werden, wie Management-Buy-outs oder Going Publics realisiert werden und moderne Finanzierungsinstrumente eingesetzt werden.

Teilnehmerstimmen



«Sehr gut durchgeführtes Seminar in einer Art und Weise, die keine Langeweile aufkommen liess. Wenn es sich beruflich vereinbaren lässt, werde ich weitere Seminare am SGMI besuchen.»

«Meine Erwartungen wurden sogar übererfüllt. Danke!»

«Ein Programm, das Theorie und Praxis auf ideale Weise verbindet. Grund dafür sind einerseits die Vortragenden, die ihr Know-How aus beiden Bereichen einbringen. Andererseits kommen die Teilnehmer aus den verschiedensten Branchen und Funktionen. Das bringt Vielfalt und Diskussionen aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Das Seminar war für mich eine fachliche und persönliche Bereicherung!»

«Ein hervorragendes Programm mit Spitzenreferenten. Anspruchsvoll und hochspannend. Sehr empfehlenswert für jede Führungspersönlichkeit.»

«Die Kernelemente der strategischen Unternehmensführung und finanziellen Steuerung wurden zielgruppengerecht vermittelt. Sehr anschauliche Beispiele machten die relevantesten Aussagen sehr einprägsam. Als sehr positiv schätze ich zudem die enge Verzahnung mit der Realwirtschaft, statt die reine Vermittlung akademischer Grundlagen.»

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens01

Deutschsprachige Durchführungen (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
53127	1. Teil St. Gallen	22. - 25.02.2027
	2. Teil Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
53227	1. Teil St. Gallen	22. - 25.02.2027
	2. Teil Davos	13. - 16.09.2027
53327	1. Teil St. Gallen	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil Davos	13. - 16.09.2027
53427	1. Teil St. Gallen	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil St. Gallen	22. - 25.11.2027
53527	1. Teil Davos	11. - 14.10.2027
	2. Teil St. Gallen	22. - 25.11.2027

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Ganzheitliches Management in der Praxis

Dieses 3-teilige Programm bietet Führungskräften und Entscheidungsträgern eine umfassende Weiterbildung in den Bereichen General Management, Nachhaltigkeitsmanagement und Personal Image. Durch die ganzheitliche Betrachtung dieser Themen erarbeiten sich die Teilnehmenden die notwendigen Fähigkeiten und Erkenntnisse, um erfolgreich in einer komplexen Geschäftswelt zu navigieren und nachhaltige Ergebnisse zu erzielen.

Konzept

Management-Entscheidungen in einem zunehmend vernetzten und komplexen Business-Umfeld zu treffen, ist nicht einfach. Vor diesem Hintergrund bietet das St. Galler Management-Modell einen integrierten, systemorientierten Ansatz, welcher den vielfältigen Anforderungen von Unternehmen gerecht wird und für den Geschäftserfolg von entscheidender Bedeutung sein kann. Das Seminar bietet erfahrenen Führungskräften eine ganzheitliche Perspektive auf das Management, die über die traditionellen Silos einzelner Fachbereiche hinausgeht.

So werden einerseits die Königsdisziplinen des General Managements erkundet, um diese andererseits mit der Bedeutung des Nachhaltigkeitsmanagements für Unternehmen zu verknüpfen. Schliesslich wird die Rolle des Managers aus Sicht seines Auftretens und Wirkens für den erfolgreichen Einsatz seiner Expertise in der beruflichen Praxis untersucht.

Das Programm kombiniert theoretisches Wissen mit praxisorientierter Wissensanwendung sowie interaktiver Wissensvermittlung, um den Teilnehmenden einen ganzheitlichen und umsetzungsstarken Einblick in integriertes Management zu bieten.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Das grosse Ganze: General Management

General Management umfasst die ganzheitliche Führung und Steuerung eines Unternehmens mit speziellem Fokus auf vier entscheidende Disziplinen der Unternehmensführung: Strategie, Marketing, Finanzen und Leadership. Es geht darum, das «grosse Ganze» im Blick zu behalten, übergreifende Ziele zu setzen und sicherzustellen, dass alle Unternehmensbereiche effizient und harmonisch zusammenarbeiten. General Manager müssen nicht nur spezialisierte Kenntnisse in verschiedenen Disziplinen besitzen, sondern auch die Fähigkeit, diese in einer kohärenten und effektiven Art und Weise miteinander zu verbinden und in ein stimmiges Gesamtgefüge zu integrieren.

Unternehmensführung & Strategie

- ▶ Der ganzheitliche St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Strategische Zukunftsausrichtung
- ▶ Strategiekonzepte und neue Geschäftsmodelle
- ▶ Strategische Unternehmensführung mit KI

Finanzen

- ▶ Wertorientierte Unternehmenssteuerung
- ▶ Renditemanagement und Working Capital
- ▶ Finanzdaten als Basis für Management-Entscheidungen

Leadership

- ▶ Aufbau einer offenen, vertrauensvollen Leadership-Kultur
- ▶ Wertschätzung und Anerkennung als Motivations-treiber
- ▶ Authentisches Leadership in Zeiten neuer Führungsansätze

Teil 2: Die Herausforderung der Zukunft:

Nachhaltigkeitsmanagement

Unabhängig von regulatorischen ESG-Vorgaben: Unternehmen müssen ökologische, soziale und ökonomische Aspekte in ihre Geschäftsstrategien integrieren, um langfristig erfolgreich zu sein. Dies bedeutet, Ressourcen effizient zu nutzen, soziale Verantwortung zu übernehmen und wirtschaftlich tragfähige Modelle zu entwickeln. Nachhaltigkeitsmanagement erfordert innovatives Denken und eine ganzheitliche Perspektive, um den steigenden Anforderungen von Kunden, Lieferanten, Mitarbeitenden und Investoren gerecht zu werden. Es ist nicht nur ein ethisches Gebot, sondern auch ein wesentlicher Faktor für Wettbewerbsfähigkeit und Unternehmensresilienz.

Das Konzept der Nachhaltigkeit

- ▶ Verknüpfung aller Nachhaltigkeitsaspekte zu einer integrierten Managementstrategie
- ▶ Identifikation und Einbindung aller relevanter Stakeholder in den Nachhaltigkeitsprozess
- ▶ Aufbau einer Nachhaltigkeits-Kultur im Unternehmen

Anwendung in der Praxis und Trends

- ▶ ESG-Kriterien verstehen und anwenden
- ▶ Transparente Kommunikation der ESG-Leistungen
- ▶ Monitoring und Evaluierung neuer Trends und ESG-Anforderungen

Best-Practice-Beispiele

- ▶ Erfolgsversprechende ESG-Konzepte aus verschiedenen Branchen
- ▶ Was unbedingt zu vermeiden ist
- ▶ Praktische Ansätze zur Umsetzung (inkl. ESG-Reportings)

Teil 3: Von der Person zur Persönlichkeit: Personal Image

Als Leader und Führungspersönlichkeit ist man nach innen und nach aussen exponiert und sehr visibel. Dieser Seminarteil fokussiert auf die Frage, durch welche Faktoren die Wahrnehmung und die Reputation des Individuums geprägt wird und wie diese beeinflusst werden können. So kann ein starkes Personal Image – das v.a. auf Authentizität, Glaubwürdigkeit und Konsistenz basiert – einen wichtigen Beitrag leisten, um Vertrauen aufzubauen, Beziehungen zu stärken und beruflichen Erfolg zu fördern. Es ist ein wichtiger Bestandteil der persönlichen und beruflichen Entwicklung und sollte bewusst gepflegt und gestaltet werden.

Definition der Führungspersönlichkeit

- ▶ Persönlichkeits-Analyse und Persönlichkeitsprofil
- ▶ Unterschiedliche Wahrnehmungs-Typologien in der Praxis
- ▶ Selbst- und Fremdeinschätzung

Authentizität und Integrität

- ▶ Glaubwürdigkeit erhöhen durch authentisches Auftreten
- ▶ Charisma als Führungskompetenz
- ▶ Das Idealbild des Leaders

Steuerung der Wahrnehmung von aussen

- ▶ Die Bedeutung des ersten Eindrucks
- ▶ Der Einsatz von bewussten Signalen, Symbolen und Verhaltensweisen
- ▶ Präsenz ausstrahlen und nonverbale Kommunikation einsetzen

Teilnehmerstimmen



«Kurzweilige Veranstaltung, die sehr nah an der Praxis ist. Wie schon in früheren Seminaren habe ich auch in dieser Veranstaltung wieder diverse zukunftsweisende Impulse für die Praxis erhalten, die nicht nur mich persönlich sondern auch mein Unternehmen, voranbringen werden.»

«Das Seminar war für mich sehr wertvoll. Besonders die praxisnahen Beispiele und Erfahrungen renommierter Referenten haben mir konkrete, gut übertragbare Impulse geliefert.»

«Ein sehr gut strukturiertes Seminar mit einem grossen Praxisbezug!»

«Das Seminar hat mir in entscheidenden Management-Feldern neue und vor allem frische Impulse gegeben. Ich war überrascht von der Detailtiefe und Praxisnähe. Die Seminartage wirken immer noch nach und lassen sich jetzt in den Arbeitsalltag übersetzen. Uneingeschränkte Weiterempfehlung für Executives. Ich komme wieder!»

«Ich habe mehr erhalten als ich erwartet habe. In meiner beruflichen Situation genau das richtige Seminar.»

«Sehr gute Organisation und Top inhaltliche Ausgestaltung der Themen. Die Dozenten überzeugen durch sehr breites und tiefes Fachwissen, welches zu jeder Zeit praxisnah erläutert werden konnte.»

Seminardaten (4 + 3 + 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
17127	1. Teil St. Gallen	22. - 25.02.2027
	2. Teil Wildhaus	08. - 10.03.2027
	3. Teil Wildhaus	26. - 28.04.2027
17227	1. Teil St. Gallen	22. - 25.02.2027
	2. Teil Wildhaus	26. - 28.04.2027
	3. Teil Sempachersee	14. - 16.06.2027
17327	1. Teil St. Gallen	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil Brunnen	20. - 22.09.2027
	3. Teil St. Gallen	08. - 10.11.2027
17427	1. Teil Davos	11. - 14.10.2027
	2. Teil St. Gallen	08. - 10.11.2027
	3. Teil St. Gallen	15. - 17.11.2027

Seminargebühr*: CHF 11 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme21

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



High Performance Leadership & Management

2-teiliges Management-Seminar zu den Erfolgsfaktoren einer wirkungsvollen unternehmerischen Gesamtführung. Besonders geeignet für Unternehmer, Vorstände, Mitglieder der Geschäftsleitung und des Top Managements und solche, die es werden wollen.

Konzept

Erfolgreiche Unternehmen sind anders als ihre Konkurrenz. Sie sind einzigartig. Sie sind nicht austauschbar. Ihr Charakter ist unverwechselbar. Der Kundennutzen, den sie bieten, ist hoch und wird immer wieder von neuem bestätigt. Ihre Marke steht für etwas Spezielles. Ihr Vorsprung zur Konkurrenz ist verteidigungsfähig, denn er basiert auf Fähigkeiten, die nicht einfach kopiert werden können: Gut durchdachte, sorgfältig konzipierte und konsequent gesteuerte Erfolgspositionen. Um entscheidende Wettbewerbsvorteile aufzubauen und zu sichern, braucht es Fokus und bewussten Ressourceneinsatz. Im ersten Programmteil, einem 4-tägigen St. Galler General Management-Seminar, erhalten die Teilnehmenden eine Auffrischung des Managementwissens mit Best Practices und zahlreichen Praxisbeispielen. Im zweiten, 3-tägigen Leadership-Seminar liegt der Fokus in der Beherrschung der vielfältigen Leadership-Rollen einer Führungskraft.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Ganzheitliches General Management

Neue Management-Konzepte

- ▶ Die Entwicklung der Managementkonzepte
- ▶ Der St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Ausführen – Führen – Steuern: Systemorientiertes Management
- ▶ Ganzheitlichkeit und vernetztes Denken

Mit der richtigen Strategie zum Erfolg

- ▶ Das strategische Analysemodell
- ▶ Kriterien für gute und erfolgversprechende Strategien
- ▶ Strategische Optionen entwickeln und bewerten
- ▶ Künstliche Intelligenz (KI) als Sparringspartner, Werkzeug und Beschleuniger im Strategieprozess nutzen

Steuerung von Finanzergebnissen

- ▶ Finanzielle Erfolge bewusst planen
- ▶ Die Stellschrauben des Renditemanagements
- ▶ Werteorientierte Finanz- und Unternehmensführung
- ▶ Das Zusammenspiel zwischen Kapitalkosten, Rendite und Risiko

Leaderqualitäten als Basis für Unternehmertum

- ▶ Welche Leaderqualitäten gefordert sind
- ▶ Wie können Entrepreneurship, Initiativkraft und Drang zu Resultaten in Mitarbeitern verankert werden?
- ▶ Wie kann das eigene Unternehmertalent gefördert und noch stärker zum Einsatz gebracht werden?

Teil 2: Die vielfältigen Rollen einer Führungskraft

Herausforderung Mitarbeiterführung

- ▶ Die Rolle als Manager
- ▶ Die Rolle als Leader
- ▶ Die Rolle als Coach
- ▶ Die Rolle als Client Advisor

Höchstleistungen dank Leadership

- ▶ Aufbau und Pflege einer positiven Leadership-Kultur
- ▶ Führung durch Vorbildfunktion
- ▶ Kreation eines «Winning Spirits»
- ▶ Förderung von Eigenverantwortung und Selbstmotivation

Mobilisierung von Teams

- ▶ Kommunikation als Leader im Team
- ▶ Voraussetzungen für High Performance Teams
- ▶ Förderung von Zusammenarbeit und Synergien im Team
- ▶ Teamentwicklung durch Empowerment

Persönlichkeitsentwicklung

- ▶ Definition einer klaren Vision
- ▶ Persönliche Motivation
- ▶ Selbstreflexion und kontinuierliche Weiterentwicklung
- ▶ Work-Life-Balance vor dem Hintergrund eines intensiven Berufsalltags
- ▶ Stressmanagement und Resilienz

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
13127	1. Teil	St. Gallen	22. - 25.02.2027
	2. Teil	Sempachersee	26. - 28.04.2027
13227	1. Teil	St. Gallen	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil	Zürich	29.11. - 01.12.2027
13327	1. Teil	Davos	11. - 14.10.2027
	2. Teil	Zürich	29.11. - 01.12.2027
13427	1. Teil	Davos	11. - 14.10.2027
	2. Teil	Zürich	26. - 28.04.2027

Seminargebühr*: CHF 7900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme22

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

2-mal 4-tägiges Top-Programm zu den wesentlichen Herausforderungen einer erfolgsgerichteten wertorientierten Unternehmensführung mit den Kernthemen Strategie, Umsetzung am Markt, Kommunikation/Rhetorik und Finanzen.

Konzept

Die meisten Management-Konzepte bieten nur halbherzige Antworten auf die zentralen Themen erfolgreicher Unternehmensführung. In 2-mal 4 packenden Seminartagen zeigen wir, was gutes Management wirklich ausmacht. Das auf Executive- und General-Management-Ebene angesiedelte Programm eignet sich speziell für Führungskräfte, die aktuelles Wissen suchen und eigene Erfolgsrezepte auf den Prüfstand stellen wollen.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Mit strategischem Management Wettbewerbsvorteile aufbauen

- ▶ Strategisches Management im Zeitalter von KI und disruptiver Innovation
- ▶ Wie KI den Strategieprozess qualitativ verbessern und beschleunigen kann?
- ▶ Was gute von schlechten Strategien unterscheidet
- ▶ Wie Strategien formulieren und instrumental darstellen?
- ▶ Frühwarnsysteme, strategisches Controlling
- ▶ Die Kunst der Implementierung

Stellgrösse Kommunikationsmanagement

- ▶ Werte, Normen und Verhaltensrichtlinien quer durch die Organisation kommunizieren
- ▶ Die Kommunikationsaufgabe des Chefs bei der Veränderung einer Unternehmenskultur
- ▶ Die Gesetze wirkungsvoller Rhetorik

Wertorientiertes Finanzmanagement

- ▶ Optionen zur Steigerung des Unternehmenswertes
- ▶ Die Shareholder-Value-Logik
- ▶ Wertorientierte Kennzahlensysteme

Teil 2

Finanziellen Überblick schaffen

- ▶ Jahresabschluss und Financial Reports analysieren, Optimierungspotentiale erkennen
- ▶ Cash-flow-Analyse, Performance-Messung
- ▶ Kosten-/Volumen-/Gewinnanalysen

Steuerungsfaktoren für Gewinn und Rentabilität

- ▶ Performance Drivers
- ▶ Gewinn und Rentabilität steigern: Wie vorgehen?
- ▶ Kostentreiber kennen und steuern

Planungs-, Budgetierungs- und Controlling-Prozess

- ▶ Stimmen Budgetierung, Planung und Controlling?
- ▶ Quantifizierung der Unternehmensziele
- ▶ Budgetziele mit strategischen Zielen abstimmen
- ▶ Koordination von Gewinnerwartung und Investitionen in Projekte und neue Geschäfte

Investitionsanträge beurteilen

- ▶ Wie sind Investitionsanträge einzureichen?
- ▶ Wie werden Investitionsanträge geprüft?
- ▶ Gefahren für finanzielle Zielerreichung erkennen

Akquisitionen

- ▶ Auswahl und Bewertung von Akquisitionen
- ▶ Akquisitionen als Instrument des Portfolio-Managements
- ▶ Prüfung möglicher Akquisitionskandidaten: Vorgehen
- ▶ Wertberechnung: Methoden und Praxisaspekte

Fusionen

- ▶ Synergien durch Fusionen und Allianzen nutzen
- ▶ Synergieeffekte analysieren, Synergieeffekte bewerten
- ▶ Post-Merger-Syndrom

Finanzierung sicherstellen

- ▶ Alternative Finanzierungskonzepte, Vor- und Nachteile
- ▶ Financial Engineering

Finanzen und KI

- ▶ Auswirkungen von KI auf den Finanzbereich
- ▶ Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Gefahren

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
43626	1. Teil	St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	St. Gallen	23. - 26.11.2026
43726	1. Teil	St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
43127	1. Teil	St. Gallen	01. - 04.03.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
43227	1. Teil	St. Gallen	01. - 04.03.2027
	2. Teil	Davos	13. - 16.09.2027

Seminargebühr*: CHF 10 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme07

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Hochkarätiges Programm in 3 Teilen für Führungskräfte und Entscheidungsträger, die ihre strategischen Fähigkeiten erweitern und ihre Organisationen erfolgreich durch die Herausforderungen und Chancen der digitalen Ära und des unternehmerischen Wandels führen möchten. Speziell geeignet für C-Level, Geschäftsführer, Unternehmer, Geschäftsbereichsleiter, Unternehmensentwickler und Persönlichkeiten, die solche Positionen anstreben.

Konzept

Die rasante Entwicklung der digitalen Technologien hat eine tiefgreifende Veränderung in der Unternehmenslandschaft ausgelöst. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, sich stetig anzupassen und zu innovieren. VUCA (volatility, uncertainty, complexity, ambiguity) und BANI (brittle, anxious, non-linear, incomprehensible) haben die Rahmenbedingungen unter denen heute Entscheidungen getroffen werden müssen zudem grundlegend verändert. Strategisches Management, strategische Innovation, digitale Transformation und strategisches Marketing sind nicht mehr nur Schlagworte, sondern deren Verknüpfung eine essenzielle Komponente, um Geschäftserfolg nachhaltig zu sichern und als Unternehmen langfristig zu bestehen.

Die Executive Masterclass St. Gallen bietet die einzigartige Gelegenheit, hierzu aktuellstes und praxisorientiertes Management-Wissen aufzutanken, um die Zukunft des Unternehmens aktiv zu gestalten, neue Höhen des Erfolgs zu erreichen und die Herausforderungen der digitalen Ära zu meistern.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Strategisches Management – die Kunst strategisch zu navigieren (4 Tage)

- ▶ Ein Business im digitalen Umfeld strategisch führen
- ▶ Die Verantwortung für Resultate
- ▶ Das St. Galler Modell als Navigationsinstrument
- ▶ Ausgangslage, Vorgaben und Weichenstellungen
- ▶ Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Strategieprozess
- ▶ KI-unterstützte Szenario-Arbeit
- ▶ Chancen und Gefahren erkennen
- ▶ Die Marktposition der Zukunft
- ▶ Strategien formulieren
- ▶ Strategische Konzepte umsetzen

Teil 2: Strategische Innovation – der Schlüssel zur Wettbewerbsfähigkeit (3 Tage)

- ▶ Framework für strategische Innovation
- ▶ Trends und Zukunftsszenarien
- ▶ Entwicklung einer klaren Innovationsstrategie
- ▶ Systematische Prozesse und Methoden zur Entwicklung innovativer Massnahmen

- ▶ Aufbau eines zielgerichteten Bewertungsframeworks
- ▶ Strategische Innovation und Struktur
- ▶ Schaffung einer Unternehmenskultur, die Kreativität und Experimentierfreudigkeit fördert
- ▶ Open Innovation und Kooperationen
- ▶ Die Integration von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung in den Innovationsprozess
- ▶ Strategische Innovation und KI verstehen und gestalten

Teil 3: Strategisches Marketing im digitalen Zeitalter – der Kunde im Fokus (3 Tage)

- ▶ Digitale Transformation und Disruptives Marketing
- ▶ Holistisches Marketing und Purpose-Driven Strategy
- ▶ KI-Unterstützung als Produktivitäts-, Kreativitäts- und Analysehebel
- ▶ Strategische Marktumfeld- und Situationsanalyse
- ▶ Customer Journey Management, Customer Centricity und Personas
- ▶ CSI-Value-Chain und problemorientierte Segmentierung
- ▶ Segmentierung, Targeting und Positionierung im digitalen Wettbewerbsumfeld
- ▶ Strategische Marketingplanung
- ▶ Digitale Kundenkommunikation, Social Media, Influencer- und Content-Marketing

Seminardaten (4 + 3 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
16127	1. Teil	Lenzerheide	18. - 21.01.2027
	2. Teil	Wildhaus	19. - 21.04.2027
	3. Teil	St. Gallen	26. - 28.04.2027
16227	1. Teil	Lenzerheide	18. - 21.01.2027
	2. Teil	St. Gallen	26. - 28.04.2027
	3. Teil	Hallwilersee	11. - 13.10.2027
16527	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	Hallwilersee	11. - 13.10.2027
	3. Teil	St. Gallen	18. - 20.10.2027
16627	1. Teil	Vitznau/Luzern	07. - 10.06.2027
	2. Teil	Hallwilersee	11. - 13.10.2027
	3. Teil	St. Gallen	18. - 20.10.2027

Seminargebühr*: CHF 12 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme20

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



General Management

- 26 | St. Galler General Management-Lehrgang
- 28 | Junior Management School St. Gallen
- 30 | Betriebswirtschaft für Führungskräfte
- 32 | Masterclass St. Gallen
- 34 | Vorbereitung auf neue Führungsaufgaben
- 35 | Strategie- und Finanzkompetenz für High Potentials
- 36 | Finanz- und Führungskompetenz stärken



St. Galler General Management-Lehrgang

Zweimal 4-tägiger Lehrgang für Führungskräfte, die modernstes General Management-Wissen ganzheitlich und systematisch auftanken und ihre in der Praxis gewonnenen Erkenntnisse kritisch hinterfragen wollen. Speziell geeignet für jüngere Führungskräfte aus dem Middle und General Management, Nachwuchskräfte, die sich auf General Management-Funktionen vorbereiten, sowie funktionale Spezialisten, die sich Wissen über ganzheitliche Unternehmensführung aneignen wollen.

Konzept

Der St. Galler General Management-Lehrgang vermittelt modernes Wissen zur Führung von Unternehmen, Geschäftsbereichen, Tochtergesellschaften, Filialen und Teilbereichen mit Ergebnis- oder Kostenverantwortung. General Management ist dabei nicht Privileg des Top Managements, sondern Aufgabe einer jeden mit Ergebnisverantwortung und der Umsetzung strategischer Ziele betrauten Führungskraft.

Basierend auf dem St. Galler Management-Ansatz werden die einzelnen Themenbausteine aus Sicht der Gesamtzusammenhänge praxisnah dargestellt und umsetzungsorientiert diskutiert. General Management bedeutet ja gerade, auf Teilloptimierung zu verzichten und die Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen auf sämtliche wesentlichen Zielsetzungen erkennen zu können. Diese Gesamtsteuerung ermöglicht es letztlich auch, Unternehmen und Teilbereiche trotz zum Teil auseinanderdriftender Vorstellungen und Ziele auf Kurs zu halten: So soll das Unternehmensergebnis des laufenden Jahres verbessert werden, gleichzeitig dürfen die Investitionen in die Zukunft nicht vernachlässigt werden. Der Shareholder Value soll gesteigert werden, gleichzeitig soll dank Mitarbeiterorientierung das Betriebs- und Führungsklima verbessert werden. Strukturen sollen einfach, transparent und steuerbar sein; andererseits führen mehrdimensionale Geschäftsfeld-Betrachtungen mit z. B. Kunden-, Regionen-, Vertriebskanal- und Produktebenen zu schweren, mehrdimensionalen Strukturmodellen. Selbstorganisation soll zu Entrepreneurship und eigenverantwortlichen Teams führen, gleichzeitig werden Entscheidungen und Kompetenzen zentralisiert, um straffer führen und enger kontrollieren zu können. Informations- und Kommunikationsfluss sollen verbessert werden, andererseits erfordert das dynamische Umfeld rasche Entscheidungen und sofortige Umsetzung.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Ganzheitliche Unternehmensführung

Der erste Seminarteil beginnt mit einer Einführung in das Gesamtsystem der Unternehmensführung:

- ▶ Steuerung und Lenkung von Unternehmen und Teilbereichen
- ▶ Der ganzheitliche St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Methoden, Konzepte und Rezepte auf dem Prüfstand

Strategisches Management

Danach werden die Themen Strategisches Management sowie Kultur und Fähigkeitsentwicklung praxisnah aufgezeigt:

- ▶ Methoden zum Erkennen des strategischen Handlungsbedarfs
- ▶ Megatrend Digitalisierung und Geschäftsmodell-Design
- ▶ Entwickeln und Bewerten von strategischen Optionen
- ▶ Schrittweises Vorgehen zum Formulieren von erfolgsversprechenden Strategien
- ▶ Vermeiden typischer Fehler und Irrtümer
- ▶ Dank Implementierungskonzept den Umsetzungserfolg verbessern
- ▶ Unternehmenskultur als Katalysator oder Barriere?
- ▶ Die Entwicklung neuer Fähigkeiten und Wettbewerbsvorteile als Messlatte für strategischen Veränderungserfolg
- ▶ Schritte hin zu einer Hochleistungsorganisation

Künstliche Intelligenz und Management

Schliesslich wird dargestellt, wie die Potenziale von KI zielgerichtet und effektiv in der Unternehmenssteuerung eingesetzt werden können:

- ▶ Auswirkungen von Künstlicher Intelligenz auf moderne Führungsaufgaben
- ▶ Anwendung klassischer Management-Instrumente mit KI-Unterstützung
- ▶ Erfolgreiche Implementierung von KI in die tägliche Führungspraxis



Upgrade Programm durch Anrechnung des Seminars: www.sgmi.ch/gmd01

Teil 2

Human Resources Management und Führung

Konzepte des 21. Jahrhunderts beinhalten einen entscheidenden Wandel in der Führungsphilosophie: Vom Prinzip «die Geschäftsleitung denkt, die anderen führen aus» hin zu einer zunehmenden Verlagerung der Führungsverantwortung an den Ort des operativen Geschehens. Für viele Führungskräfte bedeutet dies, anders als bisher zu führen. Für ihre Mitarbeiter heisst es, vermehrt Verantwortung und Eigeninitiative übernehmen zu müssen. Der 2. Teil des Lehrgangs beginnt mit den zentralen Fragen des Human Resources Managements und der Führung:

- ▶ Führung im Zeitalter des Wandels
- ▶ Entwicklung zu einer erfolgreichen Führungskraft
- ▶ Richtig kommunizieren
- ▶ Training schwieriger Gesprächssituationen
- ▶ Teams zum Erfolg führen
- ▶ Konfliktmanagement

Führungsmethodik

Führungsinstrumente müssen gekonnt eingesetzt werden:

- ▶ Instrumente der Zielvereinbarung
- ▶ Motivation und Engagement verstärken
- ▶ Leistungen messen
- ▶ Fördern, coachen, Mitarbeiter entwickeln und beurteilen
- ▶ Verhalten ändern, leistungsgerechte Entlohnung

Finanz- und Rechnungswesen

Finanzielle Führung ist mehr, als nur festzustellen, was Ende des Jahres «unter dem Strich» übrig bleibt. Jede Führungskraft beeinflusst mit ihren Entscheidungen finanzwirtschaftliche Grössen wie Cashflow, Rendite, Bilanzsumme, Kosten, Investitionen und Liquidität. Die finanziellen Ergebnisse sind zu planen und entsprechende Aktionsprogramme zu lancieren:

- ▶ Die finanzielle Steuerung
- ▶ Führen mit Kennzahlen
- ▶ Ergebnis-, Rentabilitäts- und Liquiditätssteuerung
- ▶ Planung & Budgetierung, Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnung
- ▶ Methoden der Kostensenkung und Effizienzsteigerung

Controlling

Führungskräfte brauchen Informationen, relevante, richtige und verdichtete. Dies ist die Aufgabe eines modernen Controlling-Systems. Am letzten Tag zeigen wir, wie Sie Ihre Anforderungen an ein Controlling-System formulieren können. Die darin definierten Steuerungsparameter erlauben eine kompakte Zusammenfassung des gesamten Lehrgangs.

Teilnehmerstimmen



«General Management – eine hervorragende Mischung aus Theorie und Praxis, welche durch die Kompetenz der Dozenten, gepaart mit einer sehr interessanten Zusammensetzung der Teilnehmer, zu einem hocheffizienten Seminar mit einprägsamen, anwendungsrelevanten Inhalten führt.»

«Top Niveau! Eröffnet neue Perspektiven und bricht alte Muster auf. Für mich sehr wertvoll für meine tägliche Arbeit.»

«Dieser Lehrgang ist mit Abstand das Beste, das ich je besucht habe. Sehr praxisorientiert durch die langjährige Erfahrung der Referenten. Begeistert werde ich das Programm weiterempfehlen!»

«Eine sehr gelungene Veranstaltung mit absolut praktisch verwendbaren Inhalten. Sehr lebendige Wissensvermittlung mit vielen „AHA-Effekten“. Die Referenten konnten sowohl mit fachlichem Know-how als auch mit ihrer authentischen Vortragsweise faszinieren.»

«Das Seminar hat meine Erwartungen übertroffen. Ich bin überzeugt, dass das Gelernte jedes Unternehmen positiv beeinflussen kann, sofern es richtig angewendet wird. Ich kann die Teilnahme nur weiterempfehlen!»

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
87826	1. Teil	Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Davos	16. - 19.11.2026
87926	1. Teil	Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Horn/St. Gallen	05. - 08.04.2027
87127	1. Teil	Wildhaus	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Horn/St. Gallen	05. - 08.04.2027
87327	1. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil	Horn/St. Gallen	05. - 08.04.2027
87527	1. Teil	Sempachersee	31.05. - 03.06.2027
	2. Teil	Wildhaus	14. - 17.06.2027
87727	1. Teil	St. Gallen	30.08. - 02.09.2027
	2. Teil	Davos	15. - 18.11.2027

Seminargebühr*: CHF 7900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Junior Management School St. Gallen

12-tägiger Lehrgang in 3 Teilen für jüngere Führungskräfte, Fachkräfte, High Potentials und Ergebnisverantwortliche, die ihr Potenzial entfalten, die Kunst des Managements erlernen bzw. meistern und die Türen zu einer erfolgreichen Karriere öffnen wollen.

Konzept

Ganzheitliche Management-Kompetenz wird überall dort gefordert, wo Ergebnisverantwortung vorliegt und Resultate gefordert sind. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um die Leitung von einzelnen Organisationseinheiten, eigenverantwortlichen Teams, Profit-Center, Cost Center, Produkt- und Marktbereichen, Businessunits oder Geschäftsfeldern handelt. Allen diesen Führungsaufgaben ist eines gemeinsam: Die verantwortliche Führungskraft übernimmt unternehmerische Gesamtverantwortung und ist «Intrapreneur», Unternehmer im Unternehmen. Die Junior Management School St. Gallen vermittelt dank des ganzheitlichen Management-Ansatzes systematisches Wissen zur Führung eines Verantwortungsbereiches. Sie eignet sich daher zur Weiterentwicklung von bestehendem Wissen genauso wie zur Erweiterung und Vertiefung von Management-Kompetenz. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- ▶ kennen nach diesem Lehrgang den aktuellen Stand des Management-Wissens,
- ▶ verfügen über vertiefte Kenntnisse zu den wichtigsten Themenfeldern aus der unternehmerischen Führung
- ▶ und sind in der Lage, Methoden und Instrumente dazu für ihre eigene Praxistätigkeit einzusetzen.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Ganzheitliches Management

Was macht Management zu einer schwierigen Aufgabe? Es ist die Vielzahl der zu steuernden Faktoren, die Unberechenbarkeit der externen Einflüsse, die zum Teil unterschiedlichen Ziele der einzelnen Anspruchsgruppen. Und dennoch: es gibt relativ aussagefähige Kriterien für ein gutes Management. Anhand des integrierten St. Galler Management-Ansatzes werden diese systematisiert dargestellt.

- ▶ Der ganzheitliche St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Steuerungsfaktoren für nachhaltigen Erfolg im Unternehmen

Strategie und Strukturen

Gute Strategien sind meist klar und einfach, der Weg zu einer einfachen Strategie jedoch komplex. Aus Visionen, Chancen, Marktmöglichkeiten, eigenen Fähigkeiten und Sachzwängen soll der richtige Weg für die Unternehmensentwicklung erarbeitet und formuliert werden. Alle für die Umsetzung wichtigen Leistungs- und Meinungsträger sollen von der Strategie überzeugt sein und ihre Umsetzung unterstützen. Strukturen sind allenfalls so zu verändern,

dass sie die Resultaterzielung fördern und nicht behindern. Wie ist dabei vorzugehen, welche Instrumente und Methoden sind wie einzusetzen?

- ▶ Das St. Galler Strategie-Konzept
- ▶ Der Trend Digitalisierung
- ▶ Geschäftsfelder als Planungseinheiten
- ▶ Die Strategischen «Muss-Analysen»
- ▶ Erfolg versprechende Strategieoptionen
- ▶ Methodik der Strategieformulierung
- ▶ Kritische Erfolgsfaktoren aus Kundensicht
- ▶ Wertschöpfungsflüsse und ihre Bedeutung
- ▶ Schlüsselfaktoren für die erfolgreiche Implementierung
- ▶ Strukturansätze

Managementkompetenz im KI-Zeitalter

Künstliche Intelligenz verändert die Führungsarbeit grundlegend – von der Entscheidungsfindung über die Strategieentwicklung bis hin zur täglichen Zusammenarbeit. Führungskräfte, die KI gezielt einsetzen, gewinnen wertvolle Impulse, beschleunigen Prozesse und schaffen Freiräume für wirksame Führung.

- ▶ KI als Sparringspartner für Entscheidungen nutzen
- ▶ Strategiearbeit mit KI effizienter gestalten
- ▶ Die Rolle von Führung im KI-Zeitalter

Teil 2

Finanzielle Führung und Controlling

Nicht jeder Ergebnisverantwortliche und Leiter einer Organisations- oder Geschäftseinheit kann von sich behaupten, Profi in Sachen Finanz- und Rechnungswesen zu sein. Dennoch ist er für die finanzielle Steuerung mindestens teilweise verantwortlich. Die Verantwortung über Planung, Budgetierung, Sinn oder Unsinn von Investitionen, Outsourcing, Früherkennung von Abweichungen, Abschreibungen auf veralteten Lagerbeständen und vieles mehr ist nicht delegierbar. Bilanzen und Jahresabschlüsse muss man lesen können, auch ohne Spezialist des Finanzwesens zu sein. Kalkulation, Kosten und Deckungsbeitragsrechnung sind unverzichtbare Handwerkzeuge einer jeden Führungskraft. Die Kompetenz in Sachen Controlling muss mindestens so weit gehen, dass die richtigen Fragen zur richtigen Zeit gestellt werden können.

- ▶ Grundlagen der finanziellen Führung
- ▶ Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Financial Reports verstehen und nutzen
- ▶ Kennzahlenanalyse
- ▶ Mittelflussrechnung (Kapitalflussrechnung)
- ▶ Planung und Budgetierung
- ▶ Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen
- ▶ Controllingsysteme und -methoden

Ergebnissteuerung

Ergebnisverantwortliche müssen die Hebel zur Steuerung des Unternehmensergebnisses kennen und nutzen. Welche Möglichkeiten zur nachhaltigen Optimierung von Gewinn, Cashflow oder Rendite sind vorhanden? Mit welchen Massnahmen können sie genutzt werden?

- ▶ Gewinn-, Cashflow- oder Renditeziele und -potenziale
- ▶ Hebel zur Ergebnissteuerung
- ▶ Ergebnissteigerungs-Programme
- ▶ Kunden- versus Ergebnisorientierung

Teil 3

Mitarbeiterführung und Leadership

Die Führung von Mitarbeitern und Teams beeinflusst den Wirkungsgrad einer Organisation. Resultate werden schliesslich von Menschen erbracht. Ist Motivation möglich, oder genügt es bereits, Mitarbeiter nicht zu demotivieren? Welchen Stellenwert haben Spielregeln, und welche Spielregeln führen zu überdurchschnittlicher Leistung? Aus welchem «Arsenal» an Führungstechniken muss eine qualifizierte Führungskraft auswählen können, um situativ richtig zu führen?

- ▶ Grundlagen effektiver Führung
- ▶ Die Voraussetzungen für Führungserfolg
- ▶ Sich selbst führen
- ▶ Der Weg zur Führungspersönlichkeit
- ▶ Das Führungsverhalten
- ▶ Soziale Kompetenz
- ▶ Die Instrumente der Mitarbeiterführung
- ▶ Teams zum Erfolg führen
- ▶ Leadership



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/20

Teilnehmerstimmen



«Geballtes Management-Wissen, das beeindruckt und nachhaltigen Wert für die tägliche Arbeit schafft. Ich kann es kaum erwarten, das Gelernte umzusetzen. Vielen Dank!»

«Tolles Programm – hervorragende Referenten. Ich nehme viel mit für meine persönliche Weiterentwicklung und meine tägliche Arbeit als Führungskraft. Werde es weiterempfehlen.»

«Das vernetzte Denken des St. Galler Management Modells wurde durchgehend praktiziert. Die einzelnen Module waren perfekt aufeinander abgestimmt. Den Teilnehmenden wurde keine trockene Theorie präsentiert, sondern sie wurden fortlaufend durch praktische Übungen aktiv am Lernerfolg beteiligt.»

«Bitte halten Sie unbedingt dieses hohe Niveau, sowohl inhaltlich als auch seitens der Dozenten – absolute Weiterempfehlung!»

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens12

Deutschsprachige Durchführungen (3 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
88826	1. Teil	Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Horn/St. Gallen	30.11. - 03.12.2026
	3. Teil	Brunnen	25. - 28.01.2027
88926	1. Teil	Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Brunnen	25. - 28.01.2027
	3. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
88127	1. Teil	Wildhaus	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	3. Teil	Vitznau/Luzern	19. - 22.04.2027
88327	1. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil	Hallwilersee	26. - 29.04.2027
	3. Teil	Vitznau/Luzern	21. - 24.06.2027
88427	1. Teil	Sempachersee	31.05. - 03.06.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	21. - 24.06.2027
	3. Teil	Hallwilersee	05. - 08.07.2027

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Betriebswirtschaft für Führungskräfte

11-tägiger, praxisorientierter Lehrgang in 3 Teilen zu den wesentlichen Themen der Betriebswirtschaft; speziell geeignet für Ingenieure, Techniker, Markt- und Kundenmanager oder Spezialisten und Praktiker, die nach einigen Jahren erfolgreicher Berufstätigkeit das Thema Betriebswirtschaft ganzheitlich und systematisch aufarbeiten wollen.

Konzept

Unternehmerischer Erfolg ist nur selten das Resultat einer Einzelleistung. Meistens braucht es das Zusammenspiel mehrerer Spezialisten aus unterschiedlichen Disziplinen, um – als Team – Resultate zu bewirken. Der Techniker sollte etwas von Strategie verstehen; der Verkäufer sollte die finanziellen Aspekte überblicken, der Produktionsverantwortliche den Kunden verstehen können. Führungskräfte benötigen daher, zusätzlich zu ihrem Spezialistentum, ein ganzheitliches Verständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge.

Das Konzept des Lehrgangs «Betriebswirtschaft für Führungskräfte» basiert auf diesem Grundgedanken: Funktional ausgerichteten Spezialisten kompaktes betriebswirtschaftliches Gesamtwissen so zu vermitteln, dass das resultatorientierte Wirken in interdisziplinären Teams optimiert werden kann.

Anhand des St. Galler Management-Ansatzes werden zuerst die Gesamtzusammenhänge der Unternehmensführung dargestellt. Anschliessend lernen die Teilnehmerinnen/Teilnehmer die wichtigsten Prinzipien des strategischen Managements und des effizienten Funktionierens von Strukturen. Wie man trotz des Beharrungsvermögens einer Organisation Veränderungen bewirkt, wird anhand des St. Galler Implementierungsbarometers trainiert. Zudem gilt es, die neuen Potenziale der Künstlichen Intelligenz so einzusetzen, dass nach innen Produktivitätsgewinne und nach aussen Wettbewerbsvorteile generiert werden können. Nach weiteren Tagen zu Controlling und finanzieller Führung, Mitarbeiterführung und persönlichen Führungskompetenz sind die Teilnehmerinnen/Teilnehmer in der Lage,

- ▶ das Spektrum moderner Betriebswirtschaft zu überblicken,
- ▶ ganzheitliches Wissen über resultatorientierte Unternehmensführung in ihre tägliche Arbeit einfließen zu lassen,
- ▶ Ihr Spezialistentum durch ein übergeordnetes Generalisten-Verständnis zu ergänzen und damit
- ▶ bessere Gesamtergebnisse als Mitglied interdisziplinärer Teams zu erbringen.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Gesamtzusammenhänge der Unternehmensführung

Seit den siebziger Jahren ist St. Gallen das Mekka ganzheitlicher Unternehmensführung. Am ersten Seminartag führen wir Sie in die Philosophie und Konzepte dieses Ansatzes ein.

- ▶ Die Gesamtsystematik einer erfolgreichen Unternehmensführung
- ▶ Die Bestandteile eines integrierten Management-Konzeptes
- ▶ Der St. Galler Management-Ansatz

Strategisches Management zur Zukunftssicherung

Die Festlegung einer Strategie ist zwar Sache der obersten Geschäftsleitung. Nicht so jedoch der Prozess der Strategieerarbeitung und die Strategieimplementierung. Hierzu ist die Mitgestaltung vieler Schlüsselmitarbeiter nötig. Kenntnisse über strategisches Management sind dazu unabdingbar.

- ▶ Grundlagen, Philosophie und Methoden des strategischen Managements
- ▶ Strategien erarbeiten, Entscheidungsvorlagen erstellen
- ▶ Strategien implementieren
- ▶ Strukturen überprüfen und optimieren

Implementierung

Permanenter Wandel gehört zur Unternehmensführung. Die meisten Menschen halten sich jedoch an Bewährtes und scheuen den Wandel. Wie ist vorzugehen, um nötigen Wandel zu bewirken?

- ▶ Die Auslöser von Wandel
- ▶ Typische Barrieren und Widerstand
- ▶ Change Management: Wie vorgehen, um nötigen Wandel zu bewirken?

Künstliche Intelligenz als Sparringspartner

Der gezielte Dialog mit KI eröffnet Führungskräften neue Möglichkeiten, Managementaufgaben effizienter und fundierter zu bearbeiten. Durch professionelles Prompting wird KI zu einem wertvollen Sparringspartner für Analyse, Strategie und Entscheidungsfindung.

- ▶ KI-gestützte Einsatzmöglichkeiten für konkrete Managementaufgaben
- ▶ Strategische Fragestellungen mit KI strukturieren und bearbeiten
- ▶ Mit KI Optionen generieren und Entscheidungen treffen
- ▶ Erfolgsbeispiele aus der Praxis

Teil 2

Controlling für Manager

Dieser Seminarteil behandelt die wichtigsten Controlling-Themen (Grundlagen, Instrumente und Methoden) mit Fokus auf die Vermittlung der Gesamtzusammenhänge zur Absicherung des Unternehmens-, Abteilungs-, Profit Center- oder Projekterfolgs.

- ▶ Controlling als Problemlösungsansatz und Erfolgsfaktor für Unternehmen
- ▶ Controlling im Sinne der finanziellen Unternehmensführung
- ▶ Betriebliches Rechnungswesen
- ▶ Reporting
- ▶ Strategisches und wertorientiertes Controlling
- ▶ Gewinnmanagement

Teil 3

Mitarbeiterführung

Wer Menschen führt, hat eine besondere Verantwortung für Arbeitsleistung und Arbeitszufriedenheit.

- ▶ Grundlagen der Motivations- und Führungslehre
- ▶ Erkenntnisse zum optimalen Führungsstil
- ▶ Die Rolle einer Führungskraft

Persönliche Führungskompetenz

Führungskräfte mit hoher sozialer und emotionaler Kompetenz schaffen Begeisterung für Engagement und Leistung, vermeiden unnötiges Demotivieren und können ihre eigenen Ideen und Vorstellungen besser durchsetzen:

- ▶ Die Wirkung von sozialer und emotionaler Kompetenz
- ▶ Erkennen und Verbessern der eigenen Führungskompetenz
- ▶ Die Rolle als Kommunikator
- ▶ 10 Principles of Leadership and Life

Teilnehmerstimmen



«Sehr gut – ein roter Faden zieht sich durch das gesamte Programm! Das St. Galler Management-Modell gibt mir die Transparenz, um Zusammenhänge im eigenen Unternehmen besser zu verstehen.»

«Ich war sehr gespannt, was mich erwartet. Alle meine Erwartungen wurden übertroffen.»

«Komprimiertes, hochkarätiges Programm: wertvolle Grundlageninformationen, hilfreiche Tools, griffige Anregungen sowie viele Impulse für den Berufsalltag mit nachhaltiger Wirkung.»

«Sehr gutes Seminar, dessen Inhalte sofort in der Praxis angewendet werden können. Einfacher und verständlicher Aufbau. Auf jeden Fall weiterzuempfehlen.»

«Dieses Seminarprogramm hat mir in vielerlei Art und Weise die Augen geöffnet, neue Denkweisen aufgezeigt und alte Denkmuster aufgebrochen.»

«Mit Abstand das beste Seminar. Authentisch, inhaltsreich und kurzweilig. Vielen Dank!»

«Das Seminar war super. Sehr viel Input und viele <Werkzeuge>. Inhalte und Referenten die <gefesselt> haben. Klasse!»

Seminardaten (4 + 4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
94726	1. Teil	Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Brunnen	23. - 25.11.2026
	3. Teil	Hallwilersee	31.05. - 03.06.2027
94826	1. Teil	Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Sempachersee	26. - 28.04.2027
	3. Teil	Hallwilersee	31.05. - 03.06.2027
94127	1. Teil	Wildhaus	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Sempachersee	26. - 28.04.2027
	3. Teil	Hallwilersee	31.05. - 03.06.2027
94227	1. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil	Sempachersee	26. - 28.04.2027
	3. Teil	Hallwilersee	31.05. - 03.06.2027
94327	1. Teil	Sempachersee	31.05. - 03.06.2027
	2. Teil	Wildhaus	22. - 25.11.2027
	3. Teil	Zürich	29.11. - 01.12.2027

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

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Masterclass St. Gallen

Die 4-teilige Masterclass St. Gallen bietet High Potentials und aufstrebenden Führungs- und Fachkräften aus allen Bereichen die einzigartige Möglichkeit, ihre Fähigkeiten in den Themenfeldern strategische Unternehmensführung und Künstliche Intelligenz, digitales Marketing Management, Leadership und Verhandlungsführung systematisch aufzubauen und praxisorientiert zu vertiefen.

Konzept

In einer Welt, in der alles ständig im Wandel ist «pantathron», sind Unternehmen mehr denn je auf Führungskräfte angewiesen, die Management- und Leadership-Kompetenzen besitzen, um mit den Herausforderungen von heute umzugehen und die Chancen von morgen zu erkennen und zu nutzen.

Die Masterclass St. Gallen liefert das nötige Rüstzeug dazu und ist mehr als nur ein Seminar – sie ist eine Investition in die Zukunft. Die Teilnehmenden verlassen das intensive und bereichernde Lernumfeld mit vertieftem Wissen, erweiterten Fähigkeiten, einem gestärkten Selbstbewusstsein und dem Ziel, die Karriere auf das nächste Level zu heben, Grosses zu erreichen und die Zukunft des Unternehmens aktiv mitzugestalten.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Strategische Unternehmensführung & Künstliche Intelligenz (4 Tage)

Die Strategie ist der Kompass, der Unternehmen durch komplexe Geschäftsumgebungen navigiert. Sie beinhaltet die Definition klarer Ziele, die Ausrichtung der Ressourcen und die kontinuierliche Anpassung an Marktveränderungen. Dem strategischen Management kommen dabei besondere Aufgaben zu. Es geht darum, Trends und wichtige Veränderungen frühzeitig zu erkennen, um den Handlungsbedarf zur Sicherung oder zum Ausbau der bestehenden Geschäfte und Marktpositionen zu identifizieren. Strategische Optionen sollen bewertet und die als sinnvoll erachtete Strategie durch strategische Initiativen und Massnahmen umgesetzt werden. Durch kreative Ausrichtung auf zentrale Kundenbedürfnisse und neue Lösungstechnologien sollen zukünftige Wachstumsfelder, attraktive Geschäftsmöglichkeiten und viel versprechende Entwicklungsperspektiven identifiziert und angestrebt werden. Die Teilnehmenden erlernen praxisorientiert die «Kunst des Strategischen Managements» – von der Analyse über das Strategie-Design bis hin zur Implementierung.

- ▶ Der ganzheitliche St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Methoden und Tools zur Entwicklung von Unternehmensstrategien
- ▶ Analyse von Markt-, Wettbewerbs- und Branchentrends
- ▶ Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle
- ▶ Formulierung von langfristigen Strategien, Zielen und Massnahmen
- ▶ Kennzahlen zur Bewertung des Unternehmenserfolgs
- ▶ Identifizierung, Bewertung und Bewältigung von Risiken bei der Strategieumsetzung

Künstliche Intelligenz verändert die Art und Weise, wie Unternehmen führen, entscheiden und arbeiten. Traditionelle Managementansätze werden durch neue Möglichkeiten ergänzt, um Prozesse effizienter zu gestalten, bessere Entscheidungen zu treffen und Innovationen voranzutreiben.

- ▶ Grundlagen und Potenziale von KI im Management
- ▶ Neue KI-basierte Ansätze für Führung und Entscheidungsprozesse
- ▶ Einsatzmöglichkeiten von KI in Strategie und Optionsbewertungen
- ▶ KI als Werkzeug für zukunftsorientierte Unternehmensführung

Teil 2: Digital Marketing (3 Tage)

In der digitalen Ära sind Online Marketing und digitale Kundenkommunikation unverzichtbar geworden. Sie ermöglichen Unternehmen, ihre Zielgruppen direkt zu erreichen, Markenbekanntheit zu steigern und Kundenbindung zu fördern. Die Teilnehmenden erhalten das Wissen aus erster Hand, wie sie die Kraft digitaler Plattformen nutzen und im digitalen Raum erfolgreich agieren können.

- ▶ Überblick und Einführung ins Digital Marketing
- ▶ Digitale Transformation und Disruption
- ▶ Relationship Marketing, Marketing 5.0 und Infinity Marketing
- ▶ Customer Journey Management und Customer Centricity
- ▶ Wachstumsoptionen im digitalen Wettbewerb
- ▶ Digitale Kundenkommunikation
- ▶ Agile Transformations- und Marketingkultur

Teil 3: Mitarbeiterführung & Leadership (4 Tage)

Führungskompetenzen sind entscheidend, um Teams zu motivieren und Höchstleistungen zu erbringen. In einer Zeit, in der Arbeitswelten flexibler werden, bedarf es dazu eines ganzheitlichen Führungsverständnisses.

- ▶ St. Galler Führungsansatz
- ▶ Führungsstile, Führungstechniken und ihre Anwendung
- ▶ Entwicklung von Führungskompetenzen
- ▶ Motivationsstrategien
- ▶ Aufbau und Führung von Hochleistungsteams
- ▶ Techniken zur Konfliktlösung
- ▶ Kommunikation und Feedback

Teil 4: Effektive Verhandlungsführung (3 Tage)

Die Fähigkeit, erfolgreich zu verhandeln, ist ein Muss für jede Führungskraft. Sie erfordert strategisches Denken, kommunikative Fähigkeiten und das Geschick, Interessen zu vereinen. In diesem Seminarteil erlernen und trainieren die Teilnehmenden Verhandlungstechniken. Durch Rollenspiele und Simulationen werden sie auf echte Verhandlungssituationen vorbereitet und entwickeln die Fähigkeit, auch in schwierigen Verhandlungssituationen souverän zu agieren.

- ▶ Erfolgreich verhandeln – Grundlagen
- ▶ Vorbereitung und Strategie in Verhandlungen
- ▶ Verhandlungstechniken und Taktiken
- ▶ Umgang mit schwierigen Verhandlungspartnern
- ▶ Rollenspiele und Simulationen

Teilnehmerstimmen



«Ich bin sehr dankbar, das Seminar besucht zu haben. Es sind sehr umfassende Inhalte, die ich in der Praxis vertiefen werde. Klasse Mischung zwischen Methoden, Modellen und realen Beispiele.»

«Das Programm hat mir sehr viele neue Erkenntnisse gebracht, die ich direkt in der Praxis anwenden kann. Seminar auf sehr hohem Niveau, nehme viele Impulse mit und Erwartungen wurden übertroffen.»

«Ein unglaublich wertvolles Seminar, welches ich allen Führungskräften stark ans Herz legen möchte. Die Dozenten sind hochprofessionell, sehr praxisnah und begleiten die Teilnehmenden interaktiv.»

«Bisher das beste Seminar, das ich besucht habe. Kurzweilig und abholend. Inhaltlich habe ich sehr viel mitgenommen. Gruppendynamik war sehr gut. Vielen Dank nochmals!»

«Spürbare Leidenschaft und hoher Kompetenzgrad in den jeweiligen Seminarmodulen. Zudem eine klasse Wissensvermittlung mit dynamischen Anwendungen.»

«Ausgezeichnetes und lebhaftes Programm. Sehr praxisnah und einprägend. Viele Aha-Momente, die sehr gut auf den Führungsalltag angewendet werden können. So muss ein Seminar sein! Danke!»

Seminardaten (14 Tage in 4 Teilen)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
61626	1. Teil Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil Horn/St. Gallen	18. - 21.01.2027
	3. Teil Hallwilersee	05. - 07.04.2027
	4. Teil St. Gallen	26. - 28.04.2027
61127	1. Teil Wildhaus	25. - 28.01.2027
	2. Teil Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	3. Teil Hallwilersee	05. - 07.04.2027
	4. Teil St. Gallen	26. - 28.04.2027
61227	1. Teil Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil Hallwilersee	05. - 07.04.2027
	3. Teil St. Gallen	26. - 28.04.2027
	4. Teil Wildhaus	18. - 21.10.2027
61327	1. Teil Sempachersee	31.05. - 03.06.2027
	2. Teil Sempachersee	05. - 07.07.2027
	3. Teil Brunnen	30.08. - 02.09.2027
	4. Teil St. Gallen	18. - 20.10.2027

Seminargebühr*: CHF 13 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj08

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Vorbereitung auf neue Führungsaufgaben

Das Seminar «Vorbereitung auf neue Führungsaufgaben» ist das ideale Förderprogramm für Führungskräfte, die zunehmend in Führungsverantwortung hineinwachsen, eine neue Führungsaufgabe übernommen haben oder übernehmen werden.

Konzept

Wer mit neuen Führungsaufgaben betraut wird, genießt besonderes Vertrauen. Mit Vorschusslorbeeren ausgestattet, startet sie/er mit viel Schwung in die neue Tätigkeit. Ein gewisser Erwartungsdruck ist allerdings meist unvermeidbar. Vorgesetzte beobachten mit Argusaugen, ob ihre Erwartungen erfüllt werden. Mitarbeiter diskutieren darüber, ob jetzt alles anders werden oder beim Alten bleiben wird. Kollegen aus anderen Abteilungen tasten «den Neuen» vorsichtig ab, um die Möglichkeiten der zukünftigen Zusammenarbeit auszuloten. Der mit den neuen Führungsaufgaben Beauftragte spürt selbst auch, in einer besonderen Situation zu sein. Er braucht Resultate und Akzeptanz. Der erste Seminarteil beschäftigt sich mit dem Thema «Resultate erzielen». Der zweite Seminarteil behandelt das Thema «Akzeptanz» als Führungskraft.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Resultate erbringen

Den Überblick gewinnen

Von neuen Leistungsträgern wird vor allem eines erwartet: Resultate. Das Seminar zeigt, wie eine Führungssituation ganzheitlich analysiert und der strategische Handlungsbedarf für Massnahmen erkannt wird.

Stimmen Strategie und Struktur?

Anhand zahlreicher Praxisbeispiele wird dargelegt, wie die aktuelle Strategie und bestehende Konzepte erfasst, bewertet und allenfalls umgestellt werden können. Die Überprüfung der Organisationsstruktur im Hinblick auf Kundennähe, Kosten, Flexibilität und Führbarkeit gehört ebenfalls zu den Aufgaben einer Führungskraft.

Wo liegen Ergebnisverbesserungspotenziale brach?

Anhand einer bewährten, mit zahlreichen Arbeitsinstrumenten ausgestatteten Methodik wird das Aufspüren und Nutzen von Ergebnisverbesserungspotenzialen und strategischen Optionen erlernt und trainiert.

Wie kann KI als Management-Tool genutzt werden?

Künstliche Intelligenz verändert die Art und Weise, wie Führungskräfte planen, entscheiden und handeln. Dabei wird der Frage nachgegangen, wie KI als wertvoller Sparringspartner genutzt werden kann, um Managementaufgaben effizienter zu gestalten, bewährte Instrumente weiterzuentwickeln und KI erfolgreich in den Arbeitsalltag zu integrieren.

Teil 2: Akzeptanz erreichen

Führungsstil, Betriebsklima und Kultur bisher

Die neue Führungskraft bringt ihre eigene Führungspersönlichkeit mit ein. Vielleicht verträgt sich diese sehr gut mit den bisher gelebten Werten und Normen der Mitarbeiterschaft, vielleicht auch nicht. Wie ist dabei vorzugehen?

Aus Mitarbeitern ein Team formen

Wer Erfolg sucht, muss sich auf seine Mitarbeiter verlassen können. Rasch muss ein Team mit Leistungsträgern geformt werden, die im Sinne von Schlüsselmitarbeitern die Ziele mittragen und engagiert erreichen helfen.

Schwierige Führungssituationen meistern

Gerade nach der Übernahme einer neuen Führungsaufgabe fallen in der Regel eine Vielzahl von schwierigen Führungssituationen an. Wie solche Situationen angepackt werden, wird im Seminar gezeigt und trainiert.

Die Instrumente effizienter Führung

Führungsinstrumente und Führungsmethoden sind das Handwerkzeug einer Führungskraft. Sie müssen gekonnt und richtig dosiert eingesetzt werden.

Seminarinformationen (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
89826	1. Teil	Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Horn/St. Gallen	30.11. - 03.12.2026
89926	1. Teil	Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Horn/St. Gallen	18. - 21.01.2027
89127	1. Teil	Wildhaus	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
89227	1. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil	Hallwilersee	26. - 29.04.2027
89327	1. Teil	Sempachersee	31.05.-03.06.2027
	2. Teil	Hallwilersee	05. - 08.07.2027
89427	1. Teil	Sempachersee	31.05. - 03.06.2027
	2. Teil	Brunnen	30.08. - 02.09.2027
89627	1. Teil	St. Gallen	30.08. - 02.09.2027
	2. Teil	Sempachersee	20. - 23.09.2027

Seminargebühr*: CHF 7900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailed information, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Das zweiteilige Seminar ermöglicht den Teilnehmenden, sowohl die strategische wie auch die finanzielle Kompetenz auf- und ausbauen. Das Seminar richtet sich an talentierte High Potentials, die vor dem nächsten Karriereschritt stehen, an aufstrebende Führungs- und Fachkräfte, die ganzheitliche Management-Verantwortung übernehmen und an Leiter/innen von Profit Centers, die für strategische und finanzielle Ergebnisse in einem Teilbereich verantwortlich sind.

Konzept

Zu den zentralen Fähigkeiten von angehenden Führungspersönlichkeiten gehört es, sowohl fundierte strategische Entscheidungen zu treffen wie auch die finanziellen Auswirkungen dieser Entscheidungen zu verstehen und zu steuern. Dieses Seminar bietet die Möglichkeit, beide Disziplinen zu meistern und die Werkzeuge zu erlangen, die benötigt werden, um den eigenen Verantwortungsbereich erfolgreich in die Zukunft zu führen.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Strategie-Kompetenz aus St. Gallen

Ganzheitliche Unternehmenssteuerung

- ▶ Unternehmensführung im Lichte des St. Galler Management-Ansatzes
- ▶ Das St. Galler Strategie-Modell
- ▶ Heutiges Geschäft: Einordnung und Zusammenhänge

Die richtige Strategie

- ▶ Strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse
- ▶ Strategische Optionen
- ▶ Strategie-Formulierung und Implementierung

Der wirksame Einsatz von Künstlicher Intelligenz

- ▶ Die Rolle von KI im modernen Management verstehen
- ▶ Mit KI analysieren, planen und hinterfragen
- ▶ KI erfolgreich in Strategie, Prozesse und Arbeitsalltag integrieren

Teil 2: Finanzkompetenz aufbauen

Die Grundaufgaben der finanziellen Steuerung

- ▶ Das Controlling als strategischer Business Partner für die Entscheidungsträger
- ▶ Das Zusammenspiel zwischen Strategie und Finanzkennzahlen
- ▶ Aufbau eines verzahnten Management-Controlling-Systems
- ▶ Controlling-Verständnis in volatilen Zeiten

Finanzielle Steuerungsgrössen

- ▶ Evaluation strategisch relevanter Kennzahlen aus Bilanz, Erfolgsrechnung (GuV) und Mittelflussrechnung
- ▶ Bilanz- und Ergebnisanalyse mittels ausgewählter Kennzahlen wie ROI, ROS, und ROCE
- ▶ Optimierung der Zielerreichung durch ganzheitliches Renditemanagement

Planung & Budgetierung

- ▶ Die Übersetzung von strategischen Zielen in Pläne und Budgets
- ▶ Moderne Planungs- und Budgetierungsmethoden
- ▶ Optionen zur Finanzierung von Plänen und Budgets

Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen

- ▶ Bewertung einzelner strategischer Projekte
- ▶ Discounted-Cash-Flow-Berechnungen von Investitionsprojekten
- ▶ Qualitative Vergleiche zwischen verschiedenen Investitionsvorhaben

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
60726	1. Teil	Horn/St. Gallen	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Brunnen	25. - 28.01.2027
60127	1. Teil	Wildhaus	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	19. - 22.04.2027
60227	1. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	19. - 22.04.2027
60327	1. Teil	Sempachersee	31.05.-03.06.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	21. - 24.06.2027
60427	1. Teil	Sempachersee	31.05. - 03.06.2027
	2. Teil	Hallwilersee	23. - 26.08.2027
60527	1. Teil	St. Gallen	30.08. - 02.09.2027
	2. Teil	Horn/St. Gallen	27. - 30.09.2027

Seminargebühr*: CHF 7900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj09

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Dieses 4-tägige Intensiv-Seminar fokussiert in einer einzigartigen Art und Weise auf den Auf- und Ausbau zweier sehr unterschiedlicher Management-Kompetenzen: Controlling und Mitarbeiterführung. Es verbindet damit die Welt der ‚harten‘ Finanz- und Kennzahlendaten mit den ‚weichen‘ Faktoren eines mitarbeiterorientierten Leadership-Ansatzes. Ganz im Sinne des integrierten St. Galler Management-Konzepts.

Konzept

Unternehmerischer Erfolg baut auf dem Fundament einer klaren strategischen Ausrichtung nach aussen verbunden mit einer stringenten und effizienten Umsetzung nach innen. Strategien, Marktpositionen, Produktziele und neue innovative Geschäftsmodelle nehmen dabei die externe Sicht auf Märkte, Kundenverhalten, technologische Entwicklungen und Trends in Politik und Umwelt ein. Sobald diese strategischen Initiativen definiert sind, beginnt die Umsetzungsarbeit mit der Sicht nach innen. Dieses 4-tägige Seminar setzt genau an dieser Stelle an und durchleuchtet die wesentlichen Management-Aufgaben, die im operativen Tagesgeschäft anfallen.

Auf der einen Seite zielt das Seminar darauf hin, dass die Teilnehmenden die wichtigsten Steuerungsgrössen aus Finanzen und Controlling verstehen, richtig interpretieren und sinnvoll einsetzen können. Im Fokus steht dabei das Verständnis der Gesamtzusammenhänge von Finanzkennzahlen, Controlling-Reports und Planungsinstrumenten. Auf der anderen Seite verbindet das Seminar dieses Wissen mit der Kompetenz, Mitarbeiter so zu führen, dass die bestmöglichen Voraussetzungen geschaffen werden können, um gemeinsam Ziele umzusetzen und zu erreichen.

Im Sinne einer ganzheitlichen Betrachtungsweise verfolgt dieses Seminar somit das Ziel, diese beiden Führungsaufgaben nicht voneinander zu trennen, sondern deren Gemeinsamkeiten aufzuspüren und gewinnbringend zu nutzen.

Themenschwerpunkte

Die Verbindung des strategischen Managements mit dem operativen Management

- ▶ Einordnung der Finanz- und Führungskompetenz im Rahmen des ganzheitlichen Management-Modells aus St. Gallen
- ▶ Die strategischen Zielvorgaben für das Controlling und die Mitarbeiterführung
- ▶ Implikationen auf die operative Steuerung und auf das Führungsverhalten
- ▶ Der Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf Finanz- und Führungsaufgaben

Controlling als Regelsystem

- ▶ Steuern, lenken, regeln: Controlling als Führungsinstrument verstehen
- ▶ Die Essenz aus Bilanz und Erfolgsrechnung (GuV)
- ▶ Kennzahlen verstehen und interpretieren
- ▶ Die Steuerung von Zielwerten über Kennzahlensysteme

Instrumente der finanziellen Steuerung und Planung

- ▶ Deckungsbeitragsrechnungen als Basis für Sortimentsentscheidungen und Preiskalkulationen
- ▶ Planung & Budgetierung als verbindendes Instrument zwischen Strategie und operativer Umsetzung
- ▶ Der Einsatz von Business Plänen
- ▶ Trends in der Budgetierung
- ▶ Investitions-, Projekt- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen

Führungsverhalten

- ▶ Persönliche Stärken in der Führung einsetzen und nutzen
- ▶ Das eigene Leadership-Verhalten
- ▶ Gibt es einen ‚idealen‘ Führungsstil?
- ▶ Eigene Ideen mit Überzeugung, Akzeptanz und sozialer Kompetenz durchsetzen
- ▶ Erhöhung der Führungseffektivität

Führungsmethodik

- ▶ Mitarbeiter motivieren und mobilisieren
- ▶ Kommunikation als wichtiger Bestandteil der Führungsarbeit
- ▶ Teams führen
- ▶ Der Umgang mit Konflikten
- ▶ Mitarbeiter entwickeln, beurteilen und coachen

Seminardaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
10326	Davos	16. - 19.11.2026
10127	Horn/St. Gallen	05. - 08.04.2027
10227	Wildhaus	14. - 17.06.2027
10327	Davos	15. - 18.11.2027

Seminargebühr*: CHF 4500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gmj05

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Leadership, Mitarbeiterführung

- 38 | Executive Leadership Programm
- 40 | Advanced Leadership
- 41 | Mobilizing People
- 42 | St. Galler Führungs-Seminar
- 44 | St. Galler Führungstraining
- 46 | Excellence in Leadership
- 48 | St. Galler Change Management Programm
- 49 | Authentische und motivierende Führung
- 50 | Change Management-Seminar
- 51 | St. Galler Führungsmethodik-Seminar
- 52 | Agile Führung in der modernen Arbeitswelt



Executive Leadership Programm

Achttägiges Seminar in zwei Teilen für Executive Führungskräfte, insbesondere

- ▶ oberste und obere Führungskräfte und Spezialisten, die Management-Verantwortung tragen und mit Hilfe von Mitarbeitern und Teams überdurchschnittliche Resultate erzielen und ihren Wirkungsgrad als Chef und Coach optimieren wollen.
- ▶ Ergebnisverantwortliche Führungskräfte, deren Funktion ein hohes Mass an Entscheidungstärke und Umsetzungsfähigkeit erfordert.

Konzept

In gut geführten Unternehmen sind die Weichen in Richtung Erfolg gestellt: Die Ertragskraft liegt über dem Branchendurchschnitt, strategische Investitionen ermöglichen rechtzeitiges Besetzen attraktiver Zukunftsfelder, man lebt in einer permanenten Aufbruchstimmung und arbeitet mit Engagement und Begeisterung an gemeinsamen Zielen und Projekten. Nicht Machtkämpfe, Intrigen oder Absicherungstaktiken stehen im Vordergrund, sondern der «winning spirit», der Wunsch, gemeinsam Überdurchschnittliches zu leisten. Die Fähigkeit, Visionen in konkrete Konzepte zu überführen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für deren Umsetzung zu begeistern, ist das zentrale Anliegen des Leadership-Ansatzes.

Umfassende Leadership-Qualitäten sind notwendige Voraussetzungen, um als Führungskraft erfolgreich zu sein. In zweimal vier Tagen werden folgende Programmschwerpunkte behandelt:

- ▶ Was sind die Grundlagen und Methoden eines integrierten Leadership-Konzeptes?
- ▶ Welche Kernkompetenzen und Voraussetzungen für effektives Leadership gibt es?
- ▶ Wo liegen persönliche Stärken und Entwicklungsmöglichkeiten als Führungskraft?
- ▶ Welche kommunikativen und sozialen Fähigkeiten zeichnen Leader aus?
- ▶ Welche Führungsinstrumente unterstützen die Leadership-Qualität?
- ▶ Wie verändern digitale und hybride Arbeitswelten das Führungsverhalten?

Themenschwerpunkte

Teil 1

Integriertes Leadership-Konzept

Führungskräfte zeichnen sich dadurch aus, dass sie Management zu ihrem Beruf gemacht haben. Nicht jeder Manager ist aber ein guter Leader. Was charakterisiert Führungskräfte, die Überdurchschnittliches bewirken? Welche wirklich zentralen Elemente zeichnen einen «Leader» aus?

- ▶ St. Galler Konzept des integrierten Managements
- ▶ Sich selbst als Führungskraft definieren
- ▶ Leadership als Rollenverständnis
- ▶ Gesetzmässigkeiten und Grundlagen effektiver Führung
- ▶ Neue Führungsansätze: Virtuelle Führung, Künstliche Intelligenz und Generation Y, Z, etc.

Kommunikation als Kernkompetenz

Die volle Effektivität erreicht eine Führungskraft nur dann, wenn es gelingt, kommunikative Fähigkeiten als persönliche Kernkompetenz in den Führungsprozess einzubringen.

- ▶ Kommunikation als wichtige Kernkompetenz
- ▶ Die Kommunikation des Leaders
- ▶ Wie Kommunikation motiviert und zu Höchstleistungen antreibt
- ▶ Wie Kommunikation frustriert und zu Blockaden und Abwehrhaltung führt

Das Führungsverhalten des Leaders

Aus Untersuchungen wissen wir, welches Führungsverhalten besonders erfolgreiche Führungskräfte auszeichnet. Wir wissen, in welchen Situationen sich welche Führungsstile bewähren und was vermieden werden sollte, um ungenügende Führungsleistung zu vermeiden. Die meisten dieser Erkenntnisse sind verwertbar, da effektives Führungsverhalten erprobt und trainiert werden kann. Im Zentrum steht daher die Selbsterkenntnis:

- ▶ Wo liegen meine persönlichen Stärken als Führungskraft?
- ▶ Welche Entwicklungsmöglichkeiten hin zu noch mehr Leadership-Qualität möchte ich nutzen?
- ▶ Welche Veränderungen steigern die Mitarbeiterleistung und Mitarbeiterzufriedenheit?

Teil 2

Inhaltsschwerpunkte des zweiten Teils des Executive Leadership Programms sind Rolle und Instrumente der Führungskraft bei Change Management und Implementierung.

Change Management: Führen, um zu implementieren

Neue Strategien, neue Strukturen und Konzepte, die von «oben» kommen, werden nur selten mit Begeisterung aufgenommen. Es überwiegen Skepsis und Misstrauen oder eine zumindest abwartende Haltung. Nur wenige verstehen das Neue als Chance. Andererseits ist es kaum möglich, per Knopfdruck oder Dekret umzusetzen. Resultate jedoch werden meist auf der operativen Ebene erbracht, also von genau jenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die den Wandel – zumindest teilweise – ablehnen.

- ▶ Akzeptanz für Wandel erreichen
- ▶ Change Management als zentrale Führungsaufgabe
- ▶ Die häufigsten Implementierungs-Barrieren in der Praxis

Mit Leadership zum Implementierungserfolg

Erfolgreiche Umsetzung bedingt vollen Einsatz und Wissen um die Gesetzmässigkeiten des Change Managements:

- ▶ Phasenmodell für erfolgreiches Veränderungsmanagement; Implementierungskonzept
- ▶ Kreation eines gemeinsamen «höheren Ziels»
- ▶ Der antizipierte Leidensdruck als Umsetzungsverstärker
- ▶ Schaffen von Erfolgserlebnissen und Verstärkung des Wandels
- ▶ Das erwartete Verhalten vorleben
- ▶ Fördern des kulturellen Wandels durch das eigene Beispiel
- ▶ Implementierungs-Controlling

Instrumente wirkungsvoller Führung

Welche Instrumente und Führungsmethoden gehören zum Handwerkzeug effektiver Führung?

- ▶ Organisation des Wissens
- ▶ Der Einsatz von künstlicher Intelligenz als Reflexionsinstrument
- ▶ Zeit-Management; Priority-Management
- ▶ Richtig delegieren; Mitarbeiter-Portfolio

Change Leadership und Führungsverhalten

- ▶ Der Umgang mit Widerständen und schwierigen Führungssituationen
- ▶ Das Zusammenspiel zwischen Motivation, Kommunikation und Anreizsystemen
- ▶ Unterschiedliche Führungssituationen erfordern unterschiedliches Führungsverhalten
- ▶ Kommunikative Kompetenz als zentrale Voraussetzung
- ▶ Das eigene Verhalten in kritischen Situationen



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/52

Teilnehmerstimmen

«Wissensvermittlung in unerreicht kompakter aber ungewohnter Form! Ich habe sehr viel gelernt und kann es direkt in meine Führungsarbeit übertragen. Ein professionelles Seminar, das ich weiterempfehlen werde. Danke!»

«Erstklassiger Lehrgang mit Referenten, die mit ausgezeichnetem Fachwissen, Einfühlvermögen und pädagogisch-didaktischem Geschick die Teilnehmer in ihren Bann ziehen.»

«Eines meiner besten Seminare. Ich habe selten die Zeit so sinnvoll investiert wie in diesen Tagen. Danke!»

«Das Seminar war ausgezeichnet, gehaltvoll und voll mit Anregungen und Vorschlägen, die eigene Leadership-Kompetenz zu optimieren. Die Dozenten waren allesamt «First Class», haben die Teilnehmer im richtigen Mass involviert. Die Mischung aus Cases, Theorie und «Spas am Lernen» war perfekt.»

«Ich bin beeindruckt! Mein bestes Seminar. Alle Referenten waren mitreissend, lebendig und äusserst offen. Vielen Dank!»

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens10

Deutschsprachige Durchführungen (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
52726	1. Teil	Lenzerheide	23. - 26.11.2026
	2. Teil	Brunnen	30.11. - 03.12.2026
52826	1. Teil	Lenzerheide	23. - 26.11.2026
	2. Teil	Vitznau/Luzern	05. - 08.04.2027
52127	1. Teil	Lenzerheide	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	05. - 08.04.2027
52227	1. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	05. - 08.04.2027
52327	1. Teil	Vitznau/Luzern	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil	Davos	20. - 23.09.2027
52427	1. Teil	Davos	23. - 26.08.2027
	2. Teil	Davos	20. - 23.09.2027

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



4-tägiges Intensiv-Seminar auf Executive-Stufe, speziell konzipiert für erfahrene Führungskräfte, die das praxisrelevante Wissen rund um das Thema Leadership kompakt und fokussiert auffrischen und vertiefen möchten.

Konzept

Führen ist nicht einfach. Wer das Gegenteil behauptet, ist sich der Komplexität eines Unternehmens nicht bewusst. Wo die Ausgangslage diffus ist, Informationen als Entscheidungsgrundlage teilweise fehlen und Veränderungen im Tagesrhythmus geschehen, gleicht gutes und richtiges Führen einem Eiertanz. Wo die Ziele zwar gesetzt, die Strategie zur Zielerreichung jedoch immer kurzfristiger und volatiler wird, nähert sich strategiekonforme Führung immer mehr einem permanenten Finetuning mit laufender Kurskorrektur an. Wie Führungskräfte mit diesen Herausforderungen umgehen können, ist das Ziel dieses Seminars. Dabei stehen Themen wie ganzheitliches Leadership-Management, effektives Führungsverhalten, Motivation und Kommunikation im Zentrum des Seminars. Durch praxisnahe Beispiele, Diskussionen und Gespräche erleben die Teilnehmer einen regen Erfahrungsaustausch im Netzwerk von erfahrenen Führungskräften aus ganz unterschiedlichen Branchen.

Themenschwerpunkte

Das St. Galler Leadership-Konzept

Zur Aufgabe einer Führungskraft gehört das Führen. Führen ist eine Disziplin, die man in der Regel nicht gelernt hat. Das Wissen dazu wird im Lauf der Zeit durch Erfahrung autodidaktisch erlernt. Ganz im Gegenteil dazu das Ausführen: Dazu gibt es meist detaillierte Fach- und Ausbildungslehrgänge mit entsprechenden Fachausweisen und Abschlusszertifikaten. Ist Ausführung wichtiger als Führung? Muss Führung nicht auch nach klaren handwerklichen Regeln erfolgen? Und welchen Einfluss haben hybride und digitalisierte Arbeitsformen auf die Leadership-Anforderungen?

Das Idealbild einer Führungskraft

Zahlreiche Führungsmodelle beschreiben den idealtypischen Führungsstil. Die Führungskraft soll sich daran messen und sich so verändern, dass sie dem Idealbild möglichst nahe kommt. Was charakterisiert diesen Ideal-Typus? Gibt es einen «idealen» Führungsstil?

Die eigenen Stärken nutzen

Der Erfolg fokussierte Führungsstil konzentriert sich auf Stärken. Jede Führungskraft verfügt über ganz spezifische persönliche Kernkompetenzen. Genau so wie die Unternehmung ihre Strategie an einzigartigen Fähigkeiten und Kernkompetenzen ausrichtet, sollte dies auch eine Führungskraft tun. Dazu ist es nötig, die eigenen Stärken als Führungspersönlichkeit zu identifizieren.

Authentisch führen

Wer seine eigenen Stärken ausspielt, erreicht fast automatisch jene Souveränität, die sich nur ergibt, wenn man keine Rolle spielt, sondern nur sich selbst, also «authentisch» ist. Mitarbeiter, Kollegen und Vorgesetzte merken sehr schnell, ob eine Führungskraft über innere Ruhe und Selbstsicherheit verfügt. Intuitiv spüren alle, ob ein Chef überzeugt ist von dem, was er an Zielen vorgibt, als Resultat verlangt und als Weg vorschlägt.

Das Führungsverhalten des Leaders

Glaubwürdigkeit und Authentizität ist das eine. Die erlebte Erfahrung der Mitarbeiter im täglichen Umgang mit ihrem Vorgesetzten das andere. Das Führungsverhalten des Leaders muss bestimmten Anforderungen und Regeln entsprechen. Dies gilt für alle. Ganz bestimmte Führungsfehler dürfen auf keinen Fall gemacht werden.

Motivation

Die Ausgangslage in der Motivationsarbeit bildet der Abgleich zwischen dem Wertesystem des Unternehmens und seiner Führungsmannschaft mit dem persönlichen Wertesystem der Mitarbeiter. Anschliessend gilt es, die Gesetze der Motivationslehre kennenzulernen und anwenden zu können. Dazu gehören die Techniken zur Energiegewinnung und zum Empowerment. Schliesslich soll aber auch der Bedeutung der Intuition genügend Rechnung getragen werden.

Kommunikation als Erfolgsfaktor

Verbale und nonverbale Kommunikation sollen das, was gemeint ist, vermitteln. Oft wird jedoch kommuniziert, was nicht gemeint war. Falsche Signale oder falsches Verstehen führen zu falschen Aktionen, zu Missverständnissen, zu Konflikten. Gute und richtige Kommunikation ist für eine motivierende Führung unerlässlich. Insbesondere auch in schwierigen Situationen.

Seminardaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
86626	Lenzerheide	23. - 26.11.2026
86127	Lenzerheide	25. - 28.01.2027
86227	Davos	15. - 18.03.2027
86327	Vitznau/Luzern	28.06. - 01.07.2027
86427	Davos	23. - 26.08.2027

Seminargebühr*: CHF 5500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf14

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Mobilizing People ist ein 7-tägiges Seminar in zwei Teilen. Es eignet sich für Führungskräfte, die bereits ein hohes Mass an Führungskompetenz erreicht haben, erfolgreiches Leadership praktizieren und eine nächste Stufe an Umsetzungsstärke erreichen wollen.

Konzept

In gewissen Situationen reicht gutes Leadership nicht aus. Wenn grosse Leistungen in aussergewöhnlichen Situationen gefragt sind, braucht es mehr als gute Führung: Die Fähigkeit, Mitarbeiter, Kollegen, Chefs und andere Leistungsträger für eigene Ziele zu mobilisieren.

Der Wille versetzt Berge. Wer ein klares Ziel hat und es wirklich erreichen will, wer bereit ist, dafür alles zu geben, wird in vielen Fällen dieses Ziel erreichen. Mobilizing People ist viel mehr als Motivation. Denn es ist eine Vielzahl an Mitstreitern, die mit dem Virus der Begeisterung angesteckt werden muss, die beseelt davon sein muss, gemeinsam das Ziel zu erreichen. Die Mobilisierung für gemeinsame Ziele und das Begehen eines mühsamen Weges voller Hoffnung, zwischendurch auch voller Rückschläge und letztendlich des gemeinsamen Überschreitens der Ziellinie ist ohne eine gemeinsame Vision nicht erreichbar. Wie diese aussergewöhnliche Führungsleistung erbracht werden kann, das lernen Sie in diesem Seminar.

Themenschwerpunkte

Die Zusammenhänge des Leadership-Ansatzes

- ▶ St. Galler Konzept des integrierten Managements
- ▶ Sich selbst als Führungskraft definieren
- ▶ Leadership als Rollenverständnis
- ▶ Gesetzmässigkeiten und Grundlagen effektiver Führung
- ▶ Führung in einer zunehmend digitalisierten Arbeitsorganisation

Zentrale Kompetenz: Kommunikation

- ▶ Kommunikation als wichtige Kernkompetenz
- ▶ Die Kommunikation des Leaders
- ▶ Wie Kommunikation motiviert und zu Höchstleistungen antreibt
- ▶ Wie Kommunikation frustriert und zu Blockaden und Abwehrhaltung führt

Was erfolgreiche Führungskräfte auszeichnet

- ▶ Wo liegen meine persönlichen Stärken als Führungskraft?
- ▶ Welche Entwicklungsmöglichkeiten hin zu noch mehr Leadership-Qualität möchte ich nutzen?
- ▶ Welche Veränderungen steigern die Mitarbeiterleistung und Mitarbeiterzufriedenheit?

Die Vielfältigkeit der Führungsrolle

«Die Management-Rolle». Mit der Organisation des Tagesgeschäfts, dem Füllen von kurzfristigen Detailentscheidungen sowie dem Lösen von Problemen oft nach dem Feuerwehrmann-Prinzip.

«Die Coaching-Rolle». Mit Anleitung und Unterstützung jedes einzelnen Mitarbeiters bei der Entwicklung der Kompetenzen seines Arbeitsbereichs sowie seiner Persönlichkeit.

«Die Clienting-Rolle». Mit intensivem Augenmerk auf die neu akquirierten Kunden sowie der vitalen Betreuung und Pflege des bestehenden Kundenstamms.

«Die Leading-Rolle». Mit der Entwicklung von Visionen, Werten, Strategien und Innovationen sowie dem Wecken von Begeisterung für diese bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Teams zu überdurchschnittlichen Leistungen mobilisieren

- ▶ High Performance Teams, Teams in Action, Teamentwicklung
- ▶ Das ideale Team, Kreation eines «winning spirit»
- ▶ Motivation für Spitzenleistungen, Empowerment
- ▶ Tribal Visual Mapping, Optimal Outcomes

Führungsgesetzmässigkeiten für aussergewöhnliche Leistungen

Auf der Basis von 10 Leitsätzen effektiven und modernen Leaderships werden Entwicklungsschritte bzw. Lernprozesse erarbeitet, anhand derer sich die eigenen Visionen und Wertvorstellungen definieren und überprüfen lassen. Wer ein Gleichgewicht zwischen Arbeit, Erholung und Privatleben schafft, bildet die Basis für dauerhaften und nachhaltigen Erfolg.

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
83626	1. Teil Lenzerheide	23. - 26.11.2026
	2. Teil Sempachersee	26. - 28.04.2027
83127	1. Teil Lenzerheide	25. - 28.01.2027
	2. Teil Sempachersee	26. - 28.04.2027
83227	1. Teil Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil Sempachersee	26. - 28.04.2027
83327	1. Teil Vitznau/Luzern	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil Zürich	29.11. - 01.12.2027
83427	1. Teil Davos	23. - 26.08.2027
	2. Teil Zürich	29.11. - 01.12.2027
83527	1. Teil St. Gallen	11. - 14.10.2027
	2. Teil Zürich	29.11. - 01.12.2027

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf06

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Führungs-Seminar

Grundlagenseminar für jüngere Führungskräfte, Spezialisten, Nachwuchskräfte aus allen Bereichen. Besonders geeignet als Förderprogramm für all jene, die erst wenig oder noch keine Führungserfahrungen mitbringen, in Zukunft jedoch vermehrt Mitarbeiter und Teams erfolgreich führen wollen.

Konzept

Immer dann, wenn Resultate nicht mehr durch Fleiss und Wirken einer/eines Einzelnen geschaffen werden können, wenn es also andere braucht, um Ziele zu erreichen, beginnt Führung. Wer Mitarbeiter motiviert auf gemeinsame Ziele ausrichten will, wer den Wirkungsgrad der eigenen Leistung multiplizieren will, braucht Führungskompetenz.

Ziele dieses Seminars sind:

- ▶ die wesentlichen Grundlagen und Zusammenhänge einer resultat- und mitarbeiterorientierten Führung aufzuzeigen;
- ▶ die Instrumente und Methoden der Führung kennen-zulernen und in ihrer effektiven Anwendung zu üben;
- ▶ die Bedeutung der sozialen Kompetenz zu erkennen und das eigene Verhalten in Gruppen- und Führungsprozessen zu hinterfragen.

Themenschwerpunkte

Grundlagen effektiver Führung

- ▶ Führungsqualität als Basis für berufliches Weiterkommen
- ▶ Führungsfähigkeiten als notwendige Voraussetzung zur Resultaterzielung
- ▶ Führungssituationen, Rolle einer Führungskraft

Psychologische Erkenntnisse

- ▶ Das menschliche Verhalten besser verstehen
- ▶ Der Versuch, dank Typologien das Verhaltensmuster von Mitarbeitern, Kollegen und Chefs besser zu verstehen
- ▶ Situative Führung unter Berücksichtigung psychologischer Erkenntnisse

Der Weg zur Führungspersönlichkeit

- ▶ Welche Merkmale Leader auszeichnen
- ▶ Was machen Führungspersönlichkeiten anders?
- ▶ Fähigkeiten für umfassende Führungskompetenz
- ▶ Werte orientierte Führung

Soziale Kompetenz

- ▶ Soziale Kompetenz als Voraussetzung einer wirkungsvollen Führung
- ▶ Elemente der Sozialkompetenz
- ▶ Selbstanalyse und Drittbeurteilung
- ▶ Techniken zur Entwicklung und zum Ausbau der sozialen und emotionalen Intelligenz

Die effektive Führungskraft

- ▶ Harmonie zwischen Führungsaufgabe und eigener Persönlichkeitsstruktur
- ▶ Gleichgewicht zwischen beruflichen und privaten Zielen
- ▶ Eigene Potentiale als Führungskraft entwickeln
- ▶ Den persönlichen Wirkungsgrad steigern
- ▶ Auf andere wirken, überzeugen, sich durchsetzen
- ▶ Für Mitarbeiter da sein, Vorbild sein
- ▶ Akzeptanz, Vertrauen und Loyalität der Mitarbeiter gewinnen, für gemeinsame Ziele begeistern

Sich selbst führen

Führung beginnt bei der eigenen Person:

- ▶ Die eigene Arbeitstechnik finden
- ▶ Prioritäten erkennen und setzen, Zeitmanagement
- ▶ Innere Blockaden und Barrieren überwinden
- ▶ Problemlösung in komplexen Entscheidungssituationen
- ▶ Bereit sein, zu delegieren und andere brillieren zu lassen

Die Voraussetzungen für Führungserfolg

- ▶ Führungskultur und Führungsklima
- ▶ Die Bedeutung von Vertrauen und Offenheit
- ▶ Die Führungsphilosophie
- ▶ Handlungsspielräume und Selbstorganisation
- ▶ Spielregeln und Leitplanken
- ▶ Belohnungs- und Sanktionsverhalten
- ▶ Der Umgang mit Wissen und Lerneffekten

Das Führungsverhalten

Wer führt, trägt Verantwortung:

- ▶ Führungsverhalten in unterschiedlichen Situationen
- ▶ Stärken und Schwächen

Die Entwicklung eines persönlichen Führungsstils

- ▶ Alternative Führungsstile
- ▶ Warum ein Führungsstil alleine nicht genügt
- ▶ Wo kooperativ geführt werden muss
- ▶ Wann zu viel Führung schädlich ist
- ▶ In welchen Situationen autoritär durchgegriffen werden muss
- ▶ Situative Führung in der Praxis

Gesetze der Gruppendynamik anwenden

- ▶ Führungsprinzipien und ihre Wirkung
- ▶ Die Gesetze der Gruppendynamik
- ▶ Gruppendynamische Erkenntnisse bei Mitarbeiter- und Teamführung einsetzen

Teams zum Erfolg führen

Wie werden Teams zu Spitzenleistungen geführt?

- ▶ Kreation eines «winning spirit»
- ▶ Soll-Ausprägungen einer erfolgsorientierten Teamkultur
- ▶ Hierarchie oder jenseits der Hierarchie?
- ▶ Virtuelle Führung: Teamführung bei räumlicher Distanz

Lösungsorientierte Gesprächsführung

- ▶ Kommunikation als Führungsaufgabe
- ▶ Meinungsverschiedenheiten offen austragen
- ▶ Rhetorik und Verhandlungstechnik als Erfolgsfaktor
- ▶ Konflikte, die systembedingt sind, lösen oder akzeptieren
- ▶ Konflikte, die «hausgemacht» sind, thematisieren
- ▶ Techniken einer lösungsorientierten Gesprächsführung

Leadership

- ▶ Die Entwicklung von der Führungskraft zum Leader
- ▶ Das persönliche Leadershipverhalten
- ▶ Trends im modernen Leadership
- ▶ Umgang mit neuen Führungsansätzen
- ▶ Führen in KI- und technologiegestützten Arbeitsumgebungen



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/50

Teilnehmerstimmen



«Es gibt sehr viele Führungs-Seminare, aber sehr wenig gute. Dieses Seminar war bisher das Beste, weil es auf den Punkt bringt, welche persönlichen Potentiale jeder hat.»

«Meine Erwartungen wurden voll erfüllt. Bisher das stärkste Seminar zum Thema Führung. Hervorragende Mischung aus Theorie und Praxisbezug mit vielen Beispielen und guten Fallstudien.»

«Dieses Führungs-Seminar hat meine Erwartungen deutlich übertroffen. Es war inhaltlich auf sehr hohem Niveau. Durch den starken Praxisbezug und die vielen Übungen erhielt ich viele Inputs für meinen praktischen Berufs- und Führungsalltag.»

«Bisher das beste Seminar, das ich besucht habe. Jede Führungskraft sollte ein solches Seminar erlebt haben! Vielen Dank für den tollen Input!»

«Das SGMI hat mich als Teilnehmer begeistert. Meine Erwartungen wurden mehr als übertroffen und ich gehe mit einem vollen Toolset und v.a. mit viel Reflektion & Sensibilität für das Thema Führung nach Hause.»

«Inhaltlich und rhetorisch das beste Seminar, das ich je besucht habe!»

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens11

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
75826	Horn/St. Gallen	30.11. - 03.12.2026
75127	Horn/St. Gallen	18. - 21.01.2027
75227	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
75327	Hallwilersee	26. - 29.04.2027
75427	Hallwilersee	05. - 08.07.2027
75527	Brunnen	30.08. - 02.09.2027
75627	Sempachersee	20. - 23.09.2027
75727	Wildhaus	18. - 21.10.2027

Seminargebühr*: CHF 4500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



St. Galler Führungstraining

Führungslehrgang in zwei Teilen für Führungskräfte, Abteilungs- und Teamleiter sowie Nachwuchsmanager, die ihre Führungsfähigkeiten hinterfragen und optimieren wollen oder kompaktes Wissen zu Mitarbeiter- und Teamführung erlernen und trainieren wollen.

Konzept

Was unterscheidet einen durchschnittlichen Manager von einer Führungskraft? Neben harten Faktoren wie Fachwissen, analytischem Denkvermögen und konzeptioneller Stärke sind es vor allem Persönlichkeitsmerkmale und Führungsfähigkeiten, die unter dem Begriff der «sozialen und emotionalen Kompetenz» zusammengefasst werden können. Neueste empirische Studien zeigen, dass diese weichen Faktoren tatsächlich Kennzeichen erfolgreicher Führungskräfte sind. Wer Karriere machen will, braucht anderes Rüstzeug als nur Fachwissen: Mut, Optimismus, Visionskraft, Ausstrahlung und Charisma, Überzeugungs-fähigkeit, aber auch Entscheidungsstärke, die Fähigkeit, die richtigen Prioritäten zu setzen, und den Willen, Ziele zu setzen und Resultate erreichen zu wollen.

Überdurchschnittliche Leistungen werden jedoch nur selten von Einzelkämpfern erbracht. Sie sind meist Resultat von Teamarbeit und Teamleistung. Zur Führungskompetenz gehört daher auch die Fähigkeit, Teams zu formen, zu motivieren und auf gemeinsame Ziele auszurichten. Die Führungskraft ist dann in der Rolle eines Teamcoachs, der es versteht, die individuellen Stärken eines jeden Mitarbeiters zu kennen und zu aktivieren und so auszurichten, dass sie zur Teamleistung beitragen und den Teamerfolg fördern.

Die Verlagerung der Entscheidungskompetenz zu den operativen Einheiten macht jedoch zentrale Führung nicht überflüssig. Im Gegenteil, je fraktaler eine Organisation, desto wichtiger werden einheitliche Unternehmenswerte, eine gemeinsame Unternehmenskultur und institutionalisierte Instrumente der Mitarbeiterführung.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Ganzheitlich führen

Ganzheitlich führen bedeutet, Resultate durch Mitarbeiter zu erbringen. Die Kunst der Führung besteht darin, unterschiedliche Menschen auf ein gemeinsames Ziel auszurichten. Aus der Summe der Einzelleistungen soll ein Optimum an Gesamtergebnis resultieren, und dies bei möglichst hoher Arbeitszufriedenheit und Selbstverwirklichung. Diese «Synchronisation» der Unternehmensziele mit den persönlichen Zielen und Werten der einzelnen Mitarbeiter bedingt einen ganzheitlichen Führungsansatz:

- ▶ Das St. Galler Führungskonzept
- ▶ Resultatorientierte Führung
- ▶ Von Vision, Strategie und Konzept zur konkreten Umsetzung im Geschäftsalltag
- ▶ Führen im Kontext flexibler und digitalisierter Arbeitsmodelle

Soziale und emotionale Kompetenz

Begeisterung und Freude für Engagement und Leistung schaffen, unnötiges Demotivieren vermeiden, eigene Vorstellungen durchsetzen können: Führungskräfte mit hoher sozialer und emotionaler Kompetenz haben es leichter.

- ▶ Die Wirkung von sozialer und emotionaler Kompetenz
- ▶ Möglichkeiten, die eigene soziale und emotionale Kompetenz zu erkennen und zu verbessern
- ▶ Die Fähigkeit, sich auf sympathische Art durchzusetzen

Teams führen, Teams coachen

Die Fähigkeit der Teamführung wird immer mehr zum entscheidenden Erfolgsfaktor:

- ▶ Das ideale Team: Zusammensetzung, Rollen
- ▶ Die Auswahl der richtigen Teammitglieder
- ▶ Teamentwicklung und Teamcoaching
- ▶ Motivation für Spitzenleistungen
- ▶ Aufbau und Führung von High Performance Teams

Richtig kommunizieren

Führen heisst kommunizieren. Schweigsame Führungskräfte stehen auf verlorenem Posten. Wer Menschen bewegen und für ein Anliegen gewinnen will, muss ein guter Kommunikator sein.

- ▶ Die Wirkung der eigenen Sprache steigern
- ▶ Training schwieriger Gesprächssituationen
- ▶ Klare Botschaften senden, um Ineffizienz zu vermeiden

Teil 2

Die Führungskraft als Coach

Eine gute Führungskraft versteht es, Leistungsreserven zu mobilisieren. Sie weiss, dass im Normalfall überdurchschnittliche Leistungen mit ganz und gar durchschnittlichen Menschen erzielt werden müssen. Dies gelingt nur, wenn wesentliche Gesetze modernen Coachings bewusst und gekonnt umgesetzt werden.

- ▶ Mitarbeiter coachen
- ▶ Coaching-Ansätze, -Tools und -Prozesse

Mitarbeitergespräche führen; Kommunikationspsychologie

Wieso werden Mitarbeitergespräche auch von guten Führungskräften immer wieder aufgeschoben, obwohl deren Wichtigkeit unbestritten ist? Vielfach wird dieser elementare Teil der Führungsarbeit „nebenbei“ erledigt, ohne entsprechende Vorbereitung und ohne Berücksichtigung der Grundlagen der Gesprächsführung. Dabei müssen nur einige wenige, aber erfolgsentscheidende Grundsätze und Regeln befolgt werden, damit Mitarbeitergespräche für den Vorgesetzten und den Mitarbeiter zu einem positiven und motivierenden Erlebnis werden. Dazu gehören auch Zielvereinbarungsgespräche mit unterschiedlich qualifizierten Mitarbeitern.

Der Manager als Kommunikator: Rhetorische Fähigkeiten entwickeln und einsetzen

Das Präsentieren von Kernbotschaften in Statements, Präsentationen, Interviews, Verhandlungen und Sitzungen gehört zu den wichtigsten Voraussetzungen, um im Unternehmen intern aufzutreten und das Unternehmen nach aussen darzustellen. Als Kommunikationsmittel stehen heute viele Möglichkeiten zur Verfügung. Im Mittelpunkt steht aber immer die Führungskraft, welche die Botschaft in den verschiedensten Kanälen verbreitet.

Der Umgang mit schwierigen Führungssituationen

Führungskräfte sehen sich in ihrer beruflichen Praxis oft mit Situationen konfrontiert, in welchen es schwierig ist, den richtigen Umgang damit zu finden. Wie soll in solchen Führungssituationen reagiert werden, welche Massnahmen drängen sich auf und welche Vorgehensweisen bieten sich in kritischen Momenten dieser Art einer Führungskraft an? Die Antworten dazu können direkt in der Praxis umgesetzt werden und bieten einen klaren Handlungsrahmen, der für genau solche Fälle bereit gehalten werden kann.

Das eigene Kommunikationsverhalten in kritischen Situationen

Eine bedeutende Rolle im Umgang mit schwierigen Führungssituationen kommt dem persönlichen Kommunikationsverhalten zu. Dieses gilt es genau zu erkennen und zugleich seine Wirkung auf andere zu überprüfen. Akzeptanz und Selbsterkenntnis, dass Mitarbeiter eine Führungskraft unterschiedlich wahrnehmen, sind Grundvoraussetzungen, um die eigene Kommunikationsfähigkeit positiv zu beeinflussen. Hierzu werden konkrete Situationen simuliert, in welchen das eigene Verhalten geprüft und gezielt verbessert werden kann.



Upgrade Programm durch Anrechnung des Seminars: www.sgmi.ch/smd05

Teilnehmerstimmen



«Das beste Seminar, in dem ich bisher war. Ich bin während des Seminars schon eine bessere Führungskraft geworden. Viele Inhalte, die sehr gut vermittelt werden – theoretisch wie auch mit Beispielen aus der Praxis. Man nimmt sehr viel direkt mit.»

«Es war für mich ein sehr bereicherndes Programm mit spannenden Inhalten. Ich würde das Seminar klar weiterempfehlen.»

«Erstklassige Referenten mit hoher Methoden- und Praxiserfahrung. Habe viele nützliche Methoden kennengelernt, mit deren Anwendung ich mich persönlich und mein Team weiter entwickeln kann. Weiter so!»

«Faszinierende Lösungsansätze im Bereich der Führung. Keine Theorie, sondern zu 100% praxisbezogen – Umsetzung im alltäglichen Umfeld durchgängig möglich.»

«Sehr gute Balance zwischen Theorie und Praxis. Top-Referenten, viele Aha-Erlebnisse, Weiterbildung auf höchstem Niveau.»

«Die Organisiertheit der SGMI-Seminare sucht seinesgleichen. Jeder Seminartag kommt zu einem Ergebnis, die Inhalte sind in sich schlüssig und Teil des Endergebnisses.»

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
93926	1. Teil	Horn/St. Gallen	30.11. - 03.12.2026
	2. Teil	Horn/St. Gallen	12. - 15.04.2027
93127	1. Teil	Horn/St. Gallen	18. - 21.01.2027
	2. Teil	Horn/St. Gallen	12. - 15.04.2027
93227	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	Horn/St. Gallen	12. - 15.04.2027
93327	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	Brunnen	14. - 17.06.2027
93427	1. Teil	Hallwilersee	26. - 29.04.2027
	2. Teil	Brunnen	14. - 17.06.2027
93527	1. Teil	Hallwilersee	05. - 08.07.2027
	2. Teil	Wildhaus	08. - 11.11.2027

Seminargebühr*: CHF 7900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Excellence in Leadership

Excellence in Leadership ist ein 7-tägiges Seminar in zwei Teilen für Leistungsträger mit hoher Vorbildfunktion und Umsetzungsstärke, dazu mit einem besonderen Schwerpunkt auf Kommunikation und Rhetorik – denn Führungskräfte in Executive Positionen verbringen einen grossen Teil ihres Berufslebens mit dem Kommunizieren.

Konzept

Der St. Galler Leadership-Ansatz verbindet die «harten» mit den «weichen» Teilen der Managementaufgabe zu einem Gesamtmodell, das eine einzigartige Wirkung auf Umsetzung und Resultate erzeugt. Die Fähigkeit, Handlungsbedarf zu bestimmen, um Veränderungen rechtzeitig als Chancen nutzen zu können und Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen für Veränderungen und für die Umsetzung von -Strategien und Konzepten gewinnen zu können, ist das -zentrale Anliegen unseres integrierten Leadership-Ansatzes. Dies ist der Inhalt des ersten Seminarteils.

Ohne eine gewinnende Kommunikation lässt sich der «wind of change» kaum richtig transportieren, weder nach innen noch nach aussen. Im zweiten Seminar konzentrieren wir uns daher auf das Thema «Executive Communication». Sie haben die Möglichkeit, unter Anleitung eines der renommiertesten Kommunikationsexperten das eigene Kommunikationsverhalten zu optimieren.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Executive Leadership-Seminar

Das St. Galler Leadership-Konzept

Zur Aufgabe einer Führungskraft gehört das Führen. Führen ist eine Disziplin, die man in der Regel nicht gelernt hat. Das Wissen dazu wird im Lauf der Zeit durch Erfahrung autodidaktisch erlernt. Ganz im Gegenteil dazu das Ausführen: Dazu gibt es meist detaillierte Fach- und Ausbildungslehrgänge mit entsprechenden Fachausweisen und Abschlusszertifikaten. Ist Ausführung wichtiger als Führung? Muss Führung nicht auch nach klaren handwerklichen Regeln erfolgen?

Führen statt Ausführen

Mit aufsteigender Karriere eines Managers nimmt der Anteil des Führens zulasten des Ausführens zu. Executive Führungskräfte mit umfassender Verantwortung sollten zwischen 70 % und 90 % führen und die Ausführung tüchtigen Mitarbeitern überlassen, die dies genauso gut, im Idealfall sogar besser als sie selbst erledigen. Ausnahmen bestätigen diese Regel, sie sind gut zu begründen, denn: Die Leadership-Aufgabe einer Führungskraft besteht darin, nicht primär seinen eigenen Wirkungsgrad, sondern jenen einer Vielzahl von Mitarbeitenden zu optimieren.

Fokussierung auf Resultate

Dazu bedarf es zu allererst der Fähigkeit, Teams, Abteilungen, Bereiche und eine ganze Organisation auf gewollte und gemeinsam vereinbarte Ziele auszurichten. Das Motto dazu: Von der -Vision zur Aktion – eine grosse Spannweite. Was müssen Leader tun, um aus Visionen und strategischen Zielen spürbare Begeisterung, Motivation und Engagement im Geschäftsalltag werden zu lassen? Und wie können moderne Ansätze der Führung sowie die Potentiale der künstlichen Intelligenz und hybrider Arbeitsformen Nutzen stiftend eingesetzt werden?

Das Führungsverhalten des Leaders

Mit Konzepten alleine wird meist wenig Begeisterung erreicht. Zusätzlich braucht es das richtige Führungsverhalten. Inzwischen ist gut erforscht, welches Führungsverhalten besonders erfolgreiche Führungskräfte auszeichnet. Wir wissen, in welchen Situationen sich welche Führungsstile bewähren und wie die persönlichen Stärken eines Leaders optimal zum Einsatz zu bringen sind.

Teil 2: Executive Communication

Kommunikation als Erfolgsfaktor

Erfolgreiche Führungskräfte sind meist auch starke Kommunikatoren. Denn ständig sehen sie sich einer ganz besonderen Aufgabe gegenüber: Sie müssen andere von einer Idee überzeugen und diese dazu bringen, ihnen Gefolgschaft zu leisten. Ohne diese Überzeugung bleiben sie alleine mit ihren Vorstellungen. Man hört zwar zu, die Botschaft bewirkt jedoch kein Verhalten.

Die Geheimnisse einer wirkungsvollen Kommunikation

Damit Kommunikation etwas bewirkt, sind ganz bestimmte Regeln anzuwenden. Diese sind erlernbar. Sie trainieren sie im Verlauf des Seminars.

Leitplanken für Kommunikation

Kommunikation ist ein besonders wirkungsvolles Instrument, um Ziele erreichen zu können. Eine umfassende, integrierte Kommunikation, basierend auf einem Kommunikations-Navigationssystem, soll dabei Schnellschüsse und die gefährliche Ad-hoc-Kommunikation in definierten Leitplanken halten.

Gesetze der Rhetorik

Führungskräfte müssen immer wieder einmal aufstehen oder nach vorne gehen, um einen Vortrag oder eine kurze Rede zu halten, einen Toast oder eine Replik anzubringen. Sie lernen den richtigen Aufbau, die Gestaltung und die Durchführung. Mit Dramaturgie und bewusst gewählter Rhetorik. Inklusive Wege zur Aufmerksamkeit, das Erzeugen von Spannung sowie das Gewinnen von Akzeptanz und Sympathie.

Besonders schwierig: Wandel kommunizieren

Strategisch bedingte Veränderungen sind für viele eine Hiobsbotschaft. Für den Umsetzungserfolg ist das richtige Kommunizieren des Wandels der erste erfolgskritische Schritt. Führen durch Kommunikation beinhaltet aber auch das richtige Vermitteln von positiven Entwicklungen und von Erfolgen.

Kommunikation über Medien

Schon mehr als ein Top Manager ist wegen falschem Umgang mit den Medien gestrauchelt. Der Umgang mit Medien muss trainiert werden. Botschaften sind präzise auszuwählen und gezielt zu verbreiten. Die Entscheidung, als Manager eine Marke zu werden oder dies bewusst nicht zu wollen, ist zu treffen. Nur wer die Logik des Journalismus und der Medien und das Funktionieren der Medienarbeit versteht, kann wirkungsvoll nach aussen kommunizieren.

Teilnehmerstimmen



«Es war ein tolles Seminar, in welchem es den Dozenten gelungen ist, mich zum Denken und Reflektieren anzuregen. Vielen Dank dafür!»

«Ich kann das Seminar uneingeschränkt empfehlen. Es bietet eine hervorragende Gelegenheit, seine Führungs- und Managementkenntnisse zu verbessern, sich mit anderen Teilnehmern auszutauschen und Impulse für die eigene Entwicklung mitzunehmen. Vielen Dank an das gesamte Team für diese wertvolle Erfahrung.»

«Viele Gedanken happen und Impulse für verbessertes Leadership.»

«Hervorragendes Seminar, welches Theorie und Praxis für den Alltag vermittelte und sehr gut umsetzbar macht. Herzlichen Dank.»

«Hervorragendes Seminar! Ich habe weitreichende Erkenntnisse gewonnen, die ich sofort umsetzen konnte.»

«Das Seminar hat mir in meiner beruflichen Situation extrem gut geholfen. Die wertvollen theoretischen Inhalte sind verpackt in tolle Praxisbeispiele und sehr guten Präsentationsskills der Referenten.»

«Für mich das erste Seminar dieser Art und die Erkenntnis, dass ich es schon viel früher hätte machen sollen. Ich nehme viele Impulse mit und freue mich auf die Umsetzung.»

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
ML3366	1. Teil Lenzerheide	23. - 26.11.2026
	2. Teil Davos	22. - 24.02.2027
ML3317	1. Teil Lenzerheide	25. - 28.01.2027
	2. Teil Davos	22. - 24.02.2027
ML3327	1. Teil Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil Hallwilersee	21. - 23.06.2027
ML3337	1. Teil Vitznau/Luzern	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil St. Gallen	27. - 29.09.2027
ML3347	1. Teil Davos	23. - 26.08.2027
	2. Teil St. Gallen	27. - 29.09.2027

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls33

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



St. Galler Change Management Programm

2-teiliger Lehrgang zur Methodik und den wichtigsten Inhalten eines gekonnten Management des Wandels.

Konzept

Was sind die zentralen Erfolgsfaktoren eines Unternehmens? Neuere Studien geben einer ganz bestimmten Fähigkeit einen viel grösseren Stellenwert als bisher erkannt: Der Fähigkeit, notwendigen Wandel mit vollem Engagement voranzutreiben. Unternehmen und ihre Teilbereiche müssen fit für den Wandel sein. Schon seit Jahren beschäftigt sich das SGMI Management Institut St. Gallen mit den Mechanismen für gekonntes Change Management. Die Erkenntnis: Neues mutig und mit vollem Engagement vorantreiben, gleichzeitig Gutes jedoch zu bewahren, ist der erfolgversprechendste Weg. In diesem 2-teiligen Programm vermitteln wir Methodik und Inhalte eines gekonnten Management des Wandels.

Managing Change ist die Fähigkeit, den Durchbruch zu Neuem zu schaffen, ohne auf Bewährtes und auf die so wertvollen Erfahrungen einer Organisation und Ihrer Menschen zu verzichten. Es ist also weit mehr als «Change Management», das den Fokus primär auf Neues legt und damit oft den Eindruck erweckt, dass alles Neue automatisch richtig und gut und alle Erfahrung alt und unbrauchbar sei. Ganzheitliches Change Management bedeutet die umfassende Steuerung einer weitreichenden, fundamentalen Transformation. Es beinhaltet den mutigen Durchbruch zu Neuem unter Verwertung der gemachten Erfahrung. Dieser neue St. Galler Denkansatz hilft, die Lagerbildung zwischen innovativen Erneuerern und konservativen Bewahrern in einer Organisation zu vermeiden und beide auf ein gemeinsames Arbeiten an einer erfolgreichen Zukunft auszurichten.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Change Management

Führen, um zu implementieren

Neue Strategien, neue Strukturen und Konzepte, die von «oben» kommen, werden nur selten mit Begeisterung aufgenommen. Es überwiegen Skepsis und Misstrauen oder eine zumindest abwartende Haltung. Nur wenige verstehen das Neue als Chance. Andererseits ist es kaum möglich, per Knopfdruck oder Dekret umzusetzen. Resultate jedoch werden meist auf der operativen Ebene erbracht, also von genau jenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die den Wandel – zumindest teilweise – ablehnen.

- ▶ Akzeptanz für Wandel erreichen
- ▶ Change Management als zentrale Führungsaufgabe
- ▶ Die häufigsten Implementierungsbarrieren in der Praxis

Mit Leadership zum Veränderungserfolg

Erfolgreiche Umsetzung bedingt vollen Einsatz und Wissen um die Gesetzmässigkeiten des Change Managements:

- ▶ Phasenmodell für erfolgreiches Veränderungsmanagement
- ▶ Kreation eines gemeinsamen «höheren Ziels»
- ▶ Der antizipierte Leidensdruck als Umsetzungsverstärker
- ▶ Schaffen von Erfolgserlebnissen und Verstärkung des Wandels
- ▶ Das erwartete Verhalten vorleben
- ▶ Fördern des kulturellen Wandels
- ▶ Implementierungs-Konzept

Instrumente wirkungsvoller Führung

- ▶ Organisation des Wissens, richtig delegieren
- ▶ Potentiale der künstlichen Intelligenz und der digitalen Arbeitswelt nutzen
- ▶ Zeit- und Priority-Management
- ▶ Change Leadership

Teil 2: Führungspersönlichkeit

Erfolgreich Führen

- ▶ Führungsverhalten analysieren und verstehen
- ▶ Das Führungsverhalten auf dem Prüfstand
- ▶ Führungsstil für den Wandel
- ▶ Authentisch führen

Sozialkompetenz

- ▶ Selbst- und Fremdfedback
- ▶ Sozialkompetenz als Voraussetzung für ein erfolgreiches Change Management
- ▶ Das eigene Verhalten in schwierigen Führungssituationen

Motivation in Zeiten der Unsicherheit

- ▶ Motivationslehre
- ▶ Hindernisse und Barrieren erkennen und überwinden

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
57426	1. Teil	Brunnen	30.11. - 03.12.2026
	2. Teil	Wildhaus	17. - 19.03.2027
57127	1. Teil	Vitznau/Luzern	05. - 08.04.2027
	2. Teil	Sempachersee	09. - 11.06.2027
57227	1. Teil	Vitznau/Luzern	05. - 08.04.2027
	2. Teil	Brunnen	20. - 22.10.2027
57327	1. Teil	Davos	20. - 23.09.2027
	2. Teil	Brunnen	20. - 22.10.2027

Seminargebühr*: CHF 7900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf07

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Die Verbindung von State-of-the-Art Wissen zum Thema Leadership mit den modernsten Erkenntnissen aus den Bereichen der Motivationslehre und der Sozialkompetenz steht im Zentrum dieses 2-teiligen Leadership-Programms. Geeignet insbesondere für erfahrene Führungskräfte, die einerseits ihre Leadership-Kompetenz stärken und andererseits aktuelles Know-how aus dem Wissensfundus der kognitiven und emotionalen Prozesse darin einfließen lassen wollen.

Konzept

In der Welt der Führungslehre existieren bereits sehr viele nützliche und anwendungsorientierte Ansätze aus Theorie, Wissenschaft und Praxis. Manager und Führungskräfte können aus dem Vollen schöpfen, die Vielfalt ist gross. Eine ganz besondere Kombination von Leadership-Wissen bietet dieses 2-teilige Programm zum Thema ‚Authentische und motivierende Führung‘. Während im 1. Teil die Zusammenhänge des St. Galler Leadership-Konzepts mit all seinen Implikationen auf Führungsstil, Führungsverhalten, Kommunikation und Teamführung vermittelt werden, wird das Programm im 2. Teil durch Wissen ergänzt, das die relevanten Erkenntnisse aus dem Feld der Motivationswissenschaften in Bezug auf die Führungsarbeit von Managern aufzeigt. Das Programm bildet damit die Brücke von der Wissensvermittlung hin zur persönlichen Wissensumsetzung in Bezug auf die eigene Führungsarbeit. Es spricht insbesondere erfahrene Führungskräfte und Executives an, welche die Qualität ihrer Leadership-Leistung weiter erhöhen und für sich selber das volle Potenzial ihrer Kompetenzen ausschöpfen wollen. Dies im Gleichgewicht zwischen Leistung, mentalen Ressourcen und Gesundheit.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Leadership Management

Ganzheitliches Leadership

- ▶ Die Zusammenhänge des St. Galler Leadership-Modells
- ▶ Bewährte Gesetzmässigkeiten in der Führung
- ▶ Neue Führungsansätze im Zeichen des Wandels: Künstliche Intelligenz, hybride Arbeitsformen und Digital Leadership

Authentisch führen

- ▶ Authentizität als Basis für Glaubwürdigkeit und Selbstsicherheit
- ▶ Entwicklung eines Führungsstils auf Basis der eigenen Stärken und Kompetenzen
- ▶ Konsistentes Führungsverhalten auch in Konfliktsituationen

Teamführung und Kommunikation

- ▶ Mobilisierung der Mitarbeitenden durch kommunikatives Leadership
- ▶ Teams optimal zusammensetzen und führen
- ▶ Transparente, offene und ehrliche Kommunikation als Instrument eines authentischen Führungsstils

Teil 2: Mehr Souveränität durch motivierende und sozialkompetente Führung

Führungsleistung durch Empowerment verbessern

- ▶ Die Grundlagen der Motivationslehre
- ▶ Treiber des menschlichen Verhaltens
- ▶ Motivation in Situationen des Wandels und der Unsicherheit

Das Zusammenspiel zwischen Leistung und Motivation

- ▶ Typische Verhaltensmuster und potenzielle Konflikte erkennen
- ▶ Einflussfaktoren auf Leistung, Gesundheit und Führungserfolg bewusst steuern
- ▶ Mitarbeitende auf ihrem Weg von motivierten Angestellten zu Leistungsträgern begleiten

Sozialkompetenz und mentale Stärke

- ▶ Was Sozialkompetenz bedeutet
- ▶ Sozialkompetenz als Katalysator für ungenutztes Potenzial
- ▶ Mögliche Änderungsansätze für mehr Souveränität in der Führungsarbeit
- ▶ Techniken zur Leistungssteigerung bei gleichzeitiger Erhaltung der mentalen Ressourcen

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
99726	1. Teil	Lenzerheide	23. - 26.11.2026
	2. Teil	Wildhaus	17. - 19.03.2027
99127	1. Teil	Lenzerheide	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Wildhaus	17. - 19.03.2027
99227	1. Teil	Lenzerheide	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Sempachersee	09. - 11.06.2027
99327	1. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil	Sempachersee	09. - 11.06.2027
99427	1. Teil	Vitznau/Luzern	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil	Brunnen	20. - 22.10.2027
99527	1. Teil	Davos	23. - 26.08.2027
	2. Teil	Brunnen	20. - 22.10.2027

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf20

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Change Management-Seminar

Erfolgreich den Wandel gestalten

In einer Welt, die sich ständig wandelt, ist Anpassungsfähigkeit der Schlüssel zum Erfolg. Dieses St. Galler Change Management-Seminar bietet Führungskräften, Projektmanagern und allen, die Verantwortung in Veränderungsprozessen tragen, die Werkzeuge und Strategien, um Veränderungsprozesse nicht nur zu bewältigen, sondern aktiv und erfolgreich zu gestalten.

Konzept

Die einzige Konstante im heutigen Geschäftsumfeld ist die Veränderung. Unternehmen, die nicht in der Lage sind, sich anzupassen und weiterzuentwickeln, werden in der Vergangenheit verweilen. Ob es sich um technologische Innovationen, strukturelle Anpassungen oder kulturelle Transformationen handelt – die Fähigkeit, Veränderungen effektiv zu managen, ist entscheidend für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens. In diesem praxisorientierten, 4-tägigen Seminar werden Sie:

- ▶ Die Notwendigkeit von Veränderungen verstehen: Warum sind Veränderungen notwendig und wie können wir sie als Chance begreifen, anstatt sie als Bedrohung zu sehen?
- ▶ Die Grundlagen des Change Managements kennenlernen: Welche Modelle und Frameworks stehen zur Verfügung, um Veränderungen systematisch anzugehen und zu steuern?
- ▶ Die Rolle der Führungskräfte im Veränderungsprozess untersuchen: Wie können Führungskräfte die Mitarbeitenden motivieren, unterstützen und inspirieren, während sie durch Zeiten des Wandels navigieren?
- ▶ Strategien zur Überwindung von Widerständen entwickeln: Wie können wir auf Widerstände reagieren und sie in Chancen für Wachstum und Entwicklung umwandeln?
- ▶ Die Bedeutung einer effektiven Kommunikation erkennen: Wie können wir klare Botschaften senden, die Vertrauen aufbauen und die Mitarbeitenden dazu ermutigen, Veränderungen zu akzeptieren und zu unterstützen?
- ▶ Massnahmen zur Nachhaltigkeit von Veränderungen identifizieren: Wie können wir sicherstellen, dass Veränderungen nicht nur kurzfristig, sondern langfristig erfolgreich sind und in der Unternehmenskultur verankert werden?

Themenschwerpunkte

Die Notwendigkeit des Wandels verstehen

- ▶ Gründe hinter Veränderungen in Unternehmen
- ▶ Auswirkungen des Wandels auf verschiedene Ebenen der Organisation
- ▶ Lernen aus erfolgreichen und gescheiterten Change-Projekten

Strategien für den erfolgreichen Wandel

- ▶ Bewährte Change-Management-Modelle und Methoden
- ▶ Change-Management-Strategien für Unternehmen
- ▶ Lösungen für die Herausforderungen, die mit Veränderungen einhergehen
- ▶ Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) als Sparringspartner im Change-Prozess

Kommunikation und Stakeholder-Management

- ▶ Bedeutung klarer und effektiver Kommunikation während des Veränderungsprozesses
- ▶ Stakeholder identifizieren, einbinden und überzeugen
- ▶ Kommunikationsstrategien, die Vertrauen und Unterstützung auf allen Ebenen des Unternehmens aufbauen

Umsetzung und Nachhaltigkeit sicherstellen

- ▶ Aktionspläne für die Umsetzung von Change-Initiativen
- ▶ Erfolg in Veränderungsprojekte messen und sicherstellen
- ▶ Bewährte Praktiken zur langfristigen Verankerung von Veränderungen in der Unternehmenskultur

Seminaranten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
32326	Brunnen	30.11. - 03.12.2026
32127	Vitznau/Luzern	05. - 08.04.2027
32227	Davos	20. - 23.09.2027
32327	Brunnen	29.11. - 02.12.2027

Seminargebühr*: CHF 4900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf22

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

7-tägiger Führungslehrgang in zwei Teilen für Führungskräfte, Abteilungs- und Teamleiter/innen sowie Nachwuchsmanager, die Führungsmethoden erlernen und im eigenen Verantwortungsbereich professionell anwenden wollen.

Konzept

Jeder Beruf kennt Instrumente. So auch der Beruf des Managers. Wer seine Effektivität und Effizienz als Führungskraft steigern will, sollte sich dieser Instrumente bedienen. Führungsinstrumente gehören zum «Handwerkszeug» eines Managers, sie müssen erlernt und trainiert werden – auch im Zeitalter von künstlicher Intelligenz und hybriden Arbeitsformen. Die Auswahl der im ersten Seminarteil behandelten Methoden orientiert sich an den Praxisanforderungen, die heute an Führungs- und Nachwuchskräfte gestellt werden. Im zweiten Seminarteil wird auf die weichen Faktoren der Sozialkompetenz und der Motivationsstärke fokussiert, indem die eigene Führungspersönlichkeit im Vordergrund steht.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Führungsmethoden trainieren

Coaching als Teil der Führungsaufgabe

Eine vertrauensbasierte Coaching-Kultur wirkt sich positiv und produktiv auf die Arbeitsumgebung aus. Dabei werden bewährte Techniken eingesetzt, um die individuellen Stärken der Mitarbeitenden zu erkennen und zu fördern. Und aufgezeigt, wie mit moderne Coaching-Methoden auch die eigene Führungsqualität merklich verbessert werden kann.

Die Bedeutung von Mitarbeitergesprächen

Häufig stellen die jährlichen Mitarbeitergespräche für alle Beteiligten ein notwendiges Übel dar. Jedoch liegen grosse Chancen in diesen persönlichen und reflektiven Eins-zu-Eins-Gesprächssituationen – sowohl aus Sicht der Wertschätzungssignale wie auch aus Sicht der Weiterentwicklungspotenziale von Mitarbeitenden.

Die kommunikative Kompetenz der Führungskraft

Das persönliche Kommunikationsverhalten spielt eine zentrale Rolle in der Führungsarbeit. Es ist wichtig, dieses Verhalten genau zu verstehen und seine Wirkung auf andere zu überprüfen – sei dies im Rahmen von Statements, Präsentationen, Interviews, Verhandlungen, One-to-One-Gesprächen oder Sitzungen.

Schwierige Führungssituationen

Führungskräfte sehen sich in ihrer beruflichen Praxis oft mit Situationen des Alltags konfrontiert, in denen es nicht immer einfach ist, den richtigen Weg zu finden.

Nur der konkrete Anwendungsfall kann die Antwort geben, wie in solchen Führungssituationen reagiert werden soll und welche Vorgehensweisen sich in kritischen Momenten dieser Art anbieten.

Teil 2: Die eigene Führungsrolle

Die souveräne Führungspersönlichkeit

- ▶ Sozialkompetenz, Empathie und Persönlichkeit
- ▶ Das eigene Leistungspotenzial
- ▶ Charisma und authentische Ausstrahlungskraft
- ▶ Intuition, Gespür und Einfühlungsvermögen

Erfolgsfaktor Motivation

- ▶ Mitarbeitende entwickeln, motivieren und begeistern
- ▶ Empowerment-Methoden einsetzen
- ▶ Die eigene Begeisterung auf Dritte übertragen
- ▶ Leistungsreserven erkennen und dank Motivationskompetenz nutzen

Selbstführung

- ▶ Energiegewinnung durch Selbststeuerung
- ▶ Resilienz: Umgang mit Stresssituation und Hektik
- ▶ Arbeitseffektivität und Delegationsmöglichkeiten
- ▶ Persönliche Stärken kennen und ausbauen

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
31626	1. Teil	Wildhaus	02. - 05.11.2026
	2. Teil	Wildhaus	17. - 19.03.2027
31127	1. Teil	Wildhaus	17. - 19.03.2027
	2. Teil	Horn/St. Gallen	12. - 15.04.2027
31227	1. Teil	Wildhaus	17. - 19.03.2027
	2. Teil	Brunnen	14. - 17.06.2027
31327	1. Teil	Horn/St. Gallen	12. - 15.04.2027
	2. Teil	Sempachersee	09. - 11.06.2027
31427	1. Teil	Brunnen	14. - 17.06.2027
	2. Teil	Brunnen	20. - 22.10.2027
31527	1. Teil	Brunnen	20. - 22.10.2027
	2. Teil	Wildhaus	08. - 11.11.2027

Seminargebühr*: CHF 7900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf23

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

3-tägiges St. Galler Management-Seminar zu den Erfolgsfaktoren agiler und digitaler Führung. Speziell geeignet für Führungskräfte, die agile Teams leiten, Innovation fördern oder Veränderung gestalten. Die Teilnehmenden lernen, wie innovative Methoden in der modernen Führungswelt angewendet und ihre Organisation resilient sowie zukunftsfähig aufgestellt werden kann. Sie sind in der Lage, eine offene Unternehmenskultur zu gestalten, Teams zu motivieren und Transformationsprozesse aktiv zu steuern.

Konzept

Agilität, Flexibilität und eine offene Change-Mentalität sind die Schlüsselfaktoren, um eine nachhaltige Kultur des Fortschritts zu etablieren. Führungskräfte stehen vor der Aufgabe, Mitarbeitende in Zeiten von Volatilität zu motivieren, sie in Transformationsprozesse einzubinden und die Potenziale neuer Generationen zu integrieren. Leadership im 21. Jahrhundert erfordert daher neue Sichtweisen, Kompetenzen und Führungsmodelle, die auf Partizipation, Transparenz und Selbstorganisation setzen. Entscheidend für den Unternehmenserfolg ist dabei nicht nur der Einsatz moderner Technologien, sondern vor allem die Entwicklung eines agilen Mindsets innerhalb der Unternehmenskultur.

Zudem erfordert die erfolgreiche Einführung von neuen Arbeitsmodellen wie beispielsweise New Work einen tiefgreifenden Wandel von Haltung, Prozessen und Führungsverständnis. Sie dürfen dabei nicht als kurzfristiges Experiment verstanden werden, sondern müssen strategisch in die gesamte Organisation integriert werden. Reifegradmodelle und Best Practices helfen, den Wandel zu gestalten und Mitarbeitende aktiv einzubinden. Denn eines ist klar: im Zentrum der Organisation steht immer noch der Mensch.

Themenschwerpunkte

Agiles Leadership

Agile Leader fördern eine Kultur des kontinuierlichen Lernens, ermutigen zu Experimenten und sehen Fehler als Chancen zur Weiterentwicklung. Transparenz, regelmäßiges Feedback und der Fokus auf Kundenorientierung sind zentrale Prinzipien, die den Führungsalltag prägen.

- Die Voraussetzungen für eine offene Unternehmenskultur schaffen
- Das agile Unternehmen
- Das Gleichgewicht zwischen Führung und Selbstorganisation
- Resilienz und Flexibilität im Zeitalter neuer Arbeitsmodelle
- Die Führungskraft der Zukunft
- Innovation, Kollaborationskultur und Künstliche Intelligenz (KI)
- Einbindung der Mitarbeiter bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle
- Förderung von interdisziplinärer Zusammenarbeit
- Cross-funktionale Teams und flache Hierarchien

- Change Management als Katalysator für den digitalen Wandel
- Die Potenziale von Social Web und Digital Communities bei der Mitarbeiterbindung und Mitarbeitergewinnung

The Future of Work als strategischer Hebel

Neue Führungs- und Arbeitszeitmodelle sind weit mehr als ein Trend – sie sind eine Antwort auf die Herausforderungen von Digitalisierung, Künstlicher Intelligenz (KI), Komplexität und Agilität. Und sie unterstützen Unternehmen bei der Entwicklung von massgeschneiderten Lösungen, welche den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeitenden unter Berücksichtigung einer zunehmend volatilen Unternehmensumwelt optimal gerecht werden. Denn diverse Studien belegen, dass eine Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit zu einer signifikant höheren Produktivität führt. Genau hier gilt es anzusetzen, um die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens mit passenden Massnahmen nachhaltig zu steigern.

- The Future of Work als Antwort auf Volatilität und Ungewissheit
- Der Mensch als zentraler Erfolgsfaktor im Unternehmen
- Die Bedeutung neuer Arbeitsmodelle im Kontext der strategischen Organisationsentwicklung
- Erfolgreiche Praxisbeispiele aus der Unternehmenswelt
- Handlungsfelder für resiliente Organisationen erkennen
- Mitarbeitende aktiv in den Wandel einbinden
- Reifegradmodelle zur Entwicklung von Führung und Selbstorganisation
- Die Potenziale der Künstlichen Intelligenz nutzen
- The Future of Work als Mindset und als langfristige Entwicklungsaufgabe verankern

Seminarinformationen (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
80226	Horn/St. Gallen	23. - 25.11.2026
80127	Hallwilersee	07. - 09.06.2027
80227	Horn/St. Gallen	22. - 24.11.2027

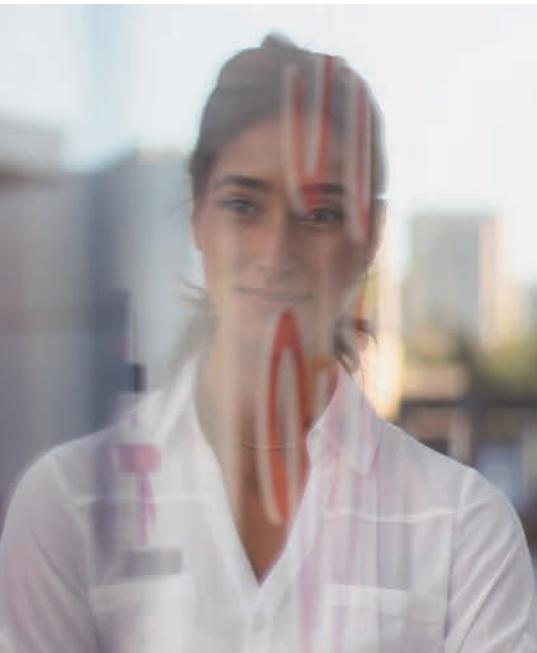
Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf26

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Persönlichkeitsentwicklung, Selbstführung

- 54 | Auftreten und Wirken
- 55 | 10 Principles of Leadership and Life
- 56 | Rhetorik für Manager
- 57 | Führung & Persönlichkeit
- 58 | Erfolgreiche Verhandlungsführung
- 59 | Rhetorik – Die Kunst der Überzeugung
- 60 | The Future of Work



Auftreten und Wirken

Von der Person zur Persönlichkeit

Im Zentrum dieses 3-tägigen Seminars steht das Management der eigenen Persönlichkeit. Auf Basis der Erkenntnisse einer gezielten Analyse der Erfolgsfaktoren im persönlichen Auftreten werden neue Techniken und Fähigkeiten entwickelt, um die eigene Persönlichkeit verstärkt in ihrer Wirkung nach aussen einzusetzen.

Konzept

Im Zeitalter der Technologisierung der zwischenmenschlichen Kommunikation durch E-Mails, Videokonferenzen und Social Media-Plattformen könnte man meinen, dass dem persönlichen Auftreten eine immer geringere Bedeutung zukommt. In der Praxis erfährt man aber exakt das Umgekehrte: erfolgreiche Führungskräfte moderner Prägung unterscheiden sich gerade dadurch, dass ihnen eine überdurchschnittliche Gabe in der Wahrnehmung ihrer Persönlichkeit durch Dritte zugesprochen wird: freundliches und sympathisches Auftreten genau gleich wie auch korrekter, respektvoller und trotzdem bestimmter Umgang mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden sind oft gehörte Attribute, mit welchen solche Persönlichkeiten beschrieben werden.

Entgegen der weit verbreiteten Meinung, dass diese Fähigkeit des positiven Images angeboren ist und sie gar nicht durch eigenes Dazutun beeinflussbar ist, zeigt dieses 3-tägige Intensiv-Seminar, wie jede einzelne Führungskraft als Produkt eines Lernprozesses Wissen und Techniken einsetzen kann, um diese Fähigkeit aufzubauen bzw. weiterzuentwickeln. Denn nur wer erkennt, wie die Signale, die er bewusst oder unbewusst an seine Mitmenschen aussendet, von seiner Umgebung wahrgenommen und interpretiert werden, ist in der Lage, sein persönliches Image durch gezielte Verhaltensweisen und Techniken zu steuern.

Auf Basis einer gerade nicht uniformen Vermittlung von standardisierten Verhaltensmustern werden im Seminar die individuellen Stärken und Schwächen analysiert, um darauf aufbauend die Stärken im Auftreten und Wirken gezielt weiterzuentwickeln und vorhandenen Schwachstellen durch sofort umsetzbare Hilfestellungen zu reduzieren oder gar zum Verschwinden zu bringen. Stets mit dem Ziel, die eigene Managementkompetenz auch durch das Durchleuchten dieses Wissensgebietes weiter zu stärken.

Themenschwerpunkte

Persönlichkeit

- ▶ Wie wird man von der Person zur Persönlichkeit?
- ▶ Analyse des eigenen Persönlichkeitsprofils im Sinne einer Selbstanalyse, Definition der Stärken und Schwächen
- ▶ Theoretische Grundlagen zur Aussenwirkung in Abhängigkeit des situativen Umfeldes und der Botschaftsempfänger

Wahrnehmung durch Dritte

- ▶ Wie wird man von Aussen wahrgenommen
- ▶ Die Bedeutung des ersten Eindrucks
- ▶ Die bewusste Steuerung der Signale, die man in der zwischenmenschlichen Kommunikation aussendet, verbal wie auch non-verbal
- ▶ Der Einsatz von Symbolen und bestimmten Verhaltensweisen

Auftreten

- ▶ Techniken, Hilfestellungen und Verhaltensweisen zur Verbesserung des persönlichen Auftretens
- ▶ Analyse des persönlichen Auftretens unter Normalbedingungen wie auch unter Stressbedingungen
- ▶ Die Kunst, die eigenen Stärken gezielt und bewusst einzusetzen
- ▶ Die Möglichkeiten, an vorhandenen Schwachstellen zu arbeiten und mögliche Fehler zu korrigieren

Charisma

- ▶ Die persönliche Wirkung nach Aussen
- ▶ Personal Image und seine Bedeutung in der modernen Gesellschafts- und Wirtschaftsstruktur
- ▶ Management der eigenen Persönlichkeit durch Abgrenzung eines klaren Profils

Seminaranten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
85426	Brunnen	16. - 18.11.2026
85127	Wildhaus	08. - 10.03.2027
85227	Sempachersee	14. - 16.06.2027
85327	Brunnen	20. - 22.09.2027

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf13

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

3-tägiges Intensiv-Seminar zu den Leitsätzen effektiven Leaderships. Speziell geeignet für Executive Führungskräfte und Praktiker mit dem Wunsch nach persönlicher Weiterentwicklung und der Neugier nach modernen Wegen des Leaderships sowie für Führungskräfte, die sich auf eine neue Aufgabe optimal vorbereiten wollen.

Konzept

Thesen und Strategien zu Leadership gibt es unendlich viele. Das 3-tägige Intensiv-Seminar fokussiert auf 10 Leitsätze effektiven und modernen Leaderships. Eine Führungskraft steht nicht gleich zu Beginn der beruflichen Laufbahn «massgeschneidert» in den Startlöchern. Ein Führungsstil muss entwickelt werden, er wächst und wandelt sich durch den persönlichen Erfolg und Misserfolg, aber auch durch die Beobachtung anderer. In besonderen Lebenssituationen werden oft auch die eigene Vision und Wertvorstellungen in Frage gestellt und neu definiert. Die persönliche Weiterentwicklung ist somit ein wichtiger und lebenslanger Prozess. Zusammen mit fundamentalen Fähigkeiten die Basis für gutes Leadership. Dieser Prozess der persönlichen Weiterentwicklung, auf beruflicher wie auch auf privater Basis, steht im Mittelpunkt des interaktiven Seminars.

Themenschwerpunkte

Paradigmenwechsel

- ▶ «Out of the Box»-Thinking
- ▶ Veränderung der eigenen Sichtweise und Platz für neue Eindrücke schaffen

Das «Bill Gates Model» – 4 professionelle Rollen: Management, Coaching, Clienting, Leadership

- ▶ Reflektieren des eigenen Führungsverständnisses
- ▶ Situationsanalyse
- ▶ Arbeit an Selbst- und Fremdbild sowie Stärken und Schwächenanalyse anhand von 1:1-Coaching-Gesprächen
- ▶ Delegations- und Motivationsverhalten

Effektive Kommunikation als Leader und im Team

- ▶ Die Rolle als Kommunikator verstehen
- ▶ Kommunikationstipps
- ▶ Logik und Ablauf von effektiven Coaching-Gesprächen («peer to peer coaching»)
- ▶ Mentoring

10 Principles of Leadership and Life

- ▶ Verantwortung für sein eigenes Tun übernehmen
- ▶ Klarheit über die eigenen Visionen und Werte schaffen
- ▶ Weg vom Feuerwehrmann-Dasein; Fokus auf wöchentliche Planung
- ▶ The Power of Influence: Tools und Techniken, um die Umwelt positiv zu beeinflussen
- ▶ Schaffen eines Klimas für eine «High Performance Culture»

- ▶ «Heisser Stuhl» mit Feedback innerhalb des Teams
- ▶ «Life Balance» mit innerer Stabilität und Ausgeglichenheit durch Fitness, ausgewogene Ernährung, erfolgreiches Stressmanagement, Entspannung und Erholung
- ▶ Das F.I.T.T.-Prinzip
- ▶ Der Wasser-Effekt
- ▶ 5-Minuten-Workout

100 Day Challenge

- ▶ Umsetzen der Erkenntnisse in die eigene Praxis
- ▶ Persönlicher Aktionsplan

Psychology of Winning-Vision und Erfolg

- ▶ Rollenverständnis
- ▶ Techniken & Tools aus dem Spitzensport
- ▶ Persönliche Motivation

High Performance Teams

- ▶ Das ideale Team
- ▶ Teamentwicklung, Kreation eines «winning spirit»
- ▶ Motivation für Spitzenleistungen, Empowerment

Teams in Action

- ▶ Tribal Visual Mapping
- ▶ Optimal Outcomes

Teilnehmerstimmen

«Ich habe aus dem Seminar neue Energie gezogen und bin motiviert, mich noch tiefer in den nächsten Wochen mit den erlernten Themen zu beschäftigen.»

«Es war ein sehr eindrückliches Seminar mit vielen persönlichen Erkenntnissen. Es hat mich wirklich weitergebracht.»

Seminardaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
ML30226	Brunnen	23. - 25.11.2026
ML30127	Sempachersee	26. - 28.04.2027
ML30227	Zürich	29.11. - 01.12.2027

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls30

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Rhetorik für Manager

Wie kann ich meinen Worten mehr Gewicht geben? Wie kann ich Mitarbeiter, Kollegen, Chefs, Kunden, Lieferanten und Systempartner besser überzeugen? Als Teilnehmer dieses 6-tägigen Seminars in 2 Teilen wissen Sie, dass souveräne Rhetorik für Ihren Erfolg immer wichtiger wird, je höher auf der Karriereleiter Sie nach oben steigen.

Konzept

Gewinnen oder Überzeugen? Beide Strategien sind durch gekonnte Rhetorik möglich. Im ersten Seminarteil beschäftigen wir uns mit dem Thema «Gewinnen dank Rhetorik». Sie haben ein Ziel. Die Macht der Sprache wollen Sie dafür einsetzen, dieses Ziel zu erreichen. Rhetorik ist für Sie ein Instrument. Es hilft Ihnen, Argumente brillant vorzutragen, Gegenargumente zu entkräften, Gesprächspartner zu einer Einsicht zu bringen, die diese selbst vorher nicht für möglich gehalten hätten. Sie verlassen das Gespräch als Sieger.

Im zweiten Seminarteil ändern wir die Perspektive. Nicht mehr das «Gewinnen» steht im Vordergrund, sondern die «gewinnende Gesprächsführung». Kein «Gewinnen um jeden Preis», sondern das Eingehen auf das, was der Gesprächspartner wirklich will, um die eigenen Ziele dank einer guten zwischenmenschlichen Beziehung besser erreichen zu können. Sie verlassen das Gespräch mit einer gegenseitig akzeptablen Lösung und dem guten Gefühl, Respekt und Sympathie gegeben und erhalten zu haben. Erfolgreiche Führungskräfte beherrschen beide Rhetorikstrategien.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Rhetorik für Führungskräfte

Rhetorik als Handwerk

Erfolgreiche Menschen beherrschen das Handwerk «Rhetorik». Mit ihrer Redekunst besitzen sie die Fähigkeit, die Macht der Sprache besonders geschickt und gezielt einzusetzen: Unter vier Augen, in einem Meeting, in einer grösseren Gruppe.

Grundlagen der rhetorischen Schulen

Seit der Antike ist Rhetorik ein Forschungsgebiet. Mehrere «Schulen» vermitteln die aus langer Beobachtung und Experimenten entstandenen Lehren. Welches sind die heute akzeptierten Gesetze und Wirkungsmechanismen der Rhetorik?

Rhetorik-Training

Wer die Gesetze der Rhetorik kennt, kann sie noch lange nicht anwenden. In diesem Seminar erhalten Sie die Möglichkeit, eigene Praxissituationen moderiert in einer kleinen Seminargruppe zu simulieren. Sie erleben sich in unterschiedlichen Situationen, erkennen, wo es Ihnen gelingt, die Gesetze der Rhetorik zum Einsatz zu bringen und wo nicht. Sie werden gezielt darauf vorbereitet, ihre Durchsetzungskraft dank Rhetorik in den anstehenden Praxissituationen zu optimieren.

Teil 2: Gespräche führen und verhandeln

Grundlagen der Kommunikation

Basis der Gesprächsführung und der Verhandlungstechnik ist das Verständnis darüber, wie Kommunikation zwischen Menschen funktioniert. Welche Auswirkungen haben Interessenskonflikte und Meinungsverschiedenheiten auf das Gespräch? Welchen Einfluss hat die emotionale Kompetenz in Sitzungen oder Verhandlungssituationen? Wie können die neuesten Erkenntnisse der Forschung in Verhandlungsgespräche genutzt und eingesetzt werden?

Techniken für Win-Win-Gespräche

Win-Win als Grundsatz erfordert eine geplante Gesprächsstruktur, ein klares Gesprächsziel, den Aufbau von Atmosphäre, die richtigen Rahmenbedingungen. Wünsche des Gesprächspartners sind zu erkennen, die Beziehungsebene ist positiv zu gestalten. Fragetechniken werden eingesetzt, Einwände sachlich behandelt.

Verhandlungssituationen

Entsprechend einem klar konzipierten Ablaufschema kann Verhandlungstechnik geübt und eins zu eins in der Praxis umgesetzt werden. Die Phasen in einer Verhandlung werden definiert und anhand konkreter Beispiele eingeübt. Das Resultat dabei: Ziele erreichen dank gewinnender Gesprächsführung und Verhandlungstechnik und nicht aufgrund des Einsatzes von Macht oder Druck.

Seminardaten (2 × 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
81826	1. Teil	Horn/St. Gallen	02. - 04.11.2026
	2. Teil	Davos	22. - 24.02.2027
81127	1. Teil	Davos	22. - 24.02.2027
	2. Teil	Hallwilersee	05. - 07.04.2027
81227	1. Teil	Davos	22. - 24.02.2027
	2. Teil	Sempachersee	05. - 07.07.2027
81327	1. Teil	Hallwilersee	05. - 07.04.2027
	2. Teil	Hallwilersee	21. - 23.06.2027
81427	1. Teil	Hallwilersee	05. - 07.04.2027
	2. Teil	St. Gallen	27. - 29.09.2027
81527	1. Teil	Hallwilersee	21. - 23.06.2027
	2. Teil	Brunnen	11. - 13.10.2027

Seminargebühr*: CHF 7500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf08

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

2-teiliges, praxisorientiertes Seminar mit dem Ziel, die wichtigsten Themen zu Leadership, Motivation, Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung umfassend und integriert abzubilden. Das Programm spricht insbesondere Executives und Führungskräfte mit langjähriger Erfahrung an, die ihre Führungsexpertise auf den Prüfstand stellen und ihre Leadership-Kompetenz weiter ausbauen wollen.

Konzept

Modernes Leadership erkennt die Notwendigkeit, die bewährten Gesetzmässigkeiten der Führung mit den Anforderungen an eine Führungspersönlichkeit des 21. Jahrhunderts in einer ganzheitlichen Art und Weise zu verbinden. Auf dieser Basis ist auch dieses 2-teilige Programm konzipiert und ausgestaltet.

Im 1. Seminarteil liegt der Fokus der Betrachtungen auf der Bedeutung eines integrierten Führungsverständnisses, bestehend aus dem eigenen persönlichen Führungsverhalten und den zugrunde liegenden Instrumenten der Führungsmethodik wie Motivations-, Coaching- und Kommunikationstechniken. Dies insbesondere auch vor dem Hintergrund, dass der gesellschaftliche und technologische Wandel vor allem in der Führungsarbeit seine Spuren hinterlässt und im Rahmen eines zeitgemässen, KI- und digital beeinflussten, agilen und proaktiven Leadership-Verständnisses auch in der Führung neue Wege zu betrachten und zu prüfen sind.

Damit einhergehend bedingen diese Anforderungen an die Führungsleistung eine permanente Auseinandersetzung mit dem eigenen Führungsprofil und der eigenen Führungspersönlichkeit. Wie kann meine eigene Persönlichkeit weiter entwickelt werden? Wie kann ich meinen Wirkungsgrad erhöhen? Und wie trete ich gegenüber meinen Mitarbeitenden in den unterschiedlichsten Situationen auf, die sich in einer schnelllebigen Unternehmenswelt ergeben? Diese zentralen Fragen werden rund um das Thema ‚Personal Image‘ im 2. Seminarteil eingehend behandelt und mit einem hohen Mass an Interaktion bearbeitet.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Führung

Leadership – ganzheitlich betrachtet

- ▶ Integrierte Führung nach dem St. Galler Modell
- ▶ Berücksichtigung des sozialen, technologischen und digitalen Wandels durch ein modernes Führungsverständnis
- ▶ Die Leadership-Rolle im 21. Jahrhundert

Überzeugend führen

- ▶ Glaubwürdigkeit und Stringenz als Voraussetzungen für erfolgreiches Leadership
- ▶ Ansätze zur Verbesserung der Führungs-Qualität
- ▶ Return on Leadership: Verbesserung der Performance durch bessere Führung

- ▶ Wie Leader kommunizieren
- ▶ Motivationsansätze in Zeiten des stetigen Wandels
- ▶ Führungsverhalten in Druck- und Konfliktsituationen

Teil 2: Persönlichkeit

Das eigene Persönlichkeitsprofil

- ▶ Selbstanalyse als Basis zur Schärfung des eigenen Profils
- ▶ Ausschöpfen des Leadership-Potentials durch präzise Definition der eigenen Stärken
- ▶ Betrachtung der Wirkung nach aussen und der Wahrnehmung durch Dritte
- ▶ Erkennen von bewussten und unbewussten Signalen in der Kommunikation durch Berücksichtigung des situativen Umfelds und der Botschaftsempfänger

Auftreten und Charisma

- ▶ Kompetenzorientierte Ansätze für ein überzeugendes Auftreten
- ▶ Die Fähigkeit, auch in Stresssituationen souverän zu bleiben
- ▶ Aufbau und Pflege des eigenen ‚Personal Images‘
- ▶ Charisma als wichtiger Erfolgsfaktor in einer Zeit der Transformation und der Disruption
- ▶ Die Wirkung von Verhaltensmustern und Symbolen

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
98626	1. Teil	Lenzerheide	23. - 26.11.2026
	2. Teil	Wildhaus	08. - 10.03.2027
98127	1. Teil	Lenzerheide	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Wildhaus	08. - 10.03.2027
98227	1. Teil	Lenzerheide	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Sempachersee	14. - 16.06.2027
98327	1. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
	2. Teil	Sempachersee	14. - 16.06.2027
98427	1. Teil	Vitznau/Luzern	28.06. - 01.07.2027
	2. Teil	Brunnen	20. - 22.09.2027
98527	1. Teil	Davos	23. - 26.08.2027
	2. Teil	Brunnen	20. - 22.09.2027

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf19

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Erfolgreiche Verhandlungsführung

3-tägiges Intensiv-Seminar mit dem Ziel, die Techniken, Strategien und Taktiken erfolgreichen Verhandelns kennen zu lernen und in der Praxis erfolgreich anzuwenden. Besonders geeignet für Führungskräfte, die ihre Verhandlungs- und Argumentationskompetenz sowie ihre Überzeugungskraft verbessern und ausbauen wollen.

Konzept

Eine Führungskraft steht in ihrem beruflichen Umfeld ständig vor Situationen, in welchen es gilt, die eigene Position zu vertreten und für ihr Unternehmen, ihr Projekt, ihre Strategie oder ihr Team ein optimales Ergebnis zu erzielen. In diesem Zusammenhang kommt dabei der überfachlichen Verhandlungs-, Kommunikations- und Argumentationskompetenz eine entscheidende Bedeutung zu. Gesprächs-, Argumentations- und Verhandlungskompetenz ist die Fähigkeit, überzeugend aufzutreten und dem Verhandlungs- bzw. Gesprächspartner – seien es Vorgesetzte, Kollegen, Kunden oder auch externe Stakeholder wie Lieferanten, Politiker oder Investoren – mit einer ausgefeilten Verhandlungstechnik zu begegnen, um die angestrebten Ziele zu erreichen. Die Herausforderung dabei ist stets, eine konstruktive Einigung zu erzielen und die Verhandlung so zu führen, dass das angestrebte Ergebnis über eine einseitige Interessenwahrung der Beteiligten hinausgeht und den grösstmöglichen gemeinsamen Nutzen in den Vordergrund stellt.

In diesem 3-tägigen Seminar lernen die Teilnehmenden durch Vermittlung erfolgreicher Verhandlungstechniken, Verhandlungen in allen Situationen besser zu verstehen und zu gestalten.

Themenschwerpunkte

Grundlagen: Wie Sie lernen, erfolgreicher zu verhandeln

- ▶ Worum geht es beim Verhandeln grundsätzlich?
- ▶ Wie kann man den Erfolg einer Verhandlung messen?
- ▶ Die grössten Fehler, die Sie beim Verhandeln begehen können
- ▶ Ihr persönlicher Verhandlungsstil – kompetitives versus kooperatives Verhandeln
- ▶ Verhandeln als Prozess verstehen

Vorbereitung: Bereiten Sie die Verhandlung optimal vor

- ▶ Ohne Ziele geht es nicht
- ▶ Wo steht der andere?
- ▶ Der persönliche Stil: Erkennen Sie sich und andere
- ▶ Die optimale Atmosphäre schaffen

Einstellung: Gelangen Sie durch Eigenmotivation zur richtigen Einstellung

- ▶ Die richtige Einstimmung und Einstellung
- ▶ Quellen der Motivation
- ▶ Den Gesprächspartner kennen, heisst ihn zu schätzen

Bedarfsanalyse:

Die Zielsetzung des Gesprächspartners

- ▶ Seien Sie sich der Bedeutung der Körpersprache bewusst
- ▶ Motive des Gesprächspartners
- ▶ Auch Zuhören ist eine Kunst

Argumentations- und Überzeugungsphase

- ▶ Seien Sie Problemlöser und bieten Sie individuellen Nutzen
- ▶ Seien Sie sich der verschiedenen Ebenen der Kommunikation bewusst
- ▶ Nutzen Sie Feedback-Techniken, um Verhandlungen zu verbessern

Einwandbehandlung

- ▶ So begegnen Sie Einwänden wirkungsvoll
- ▶ Was tun, wenn der Partner unfair wird?

Preisverhandlungen

- ▶ Nutzenorientiertes Verkaufen und Mehr-Preise durch Mehr-Werte
- ▶ Schaffen Sie Alternativen und erstellen Sie eine Konzessionsliste

Abschluss

- ▶ So sichern Sie den Verhandlungserfolg
- ▶ Was tun, wenn der Verhandlungspartner noch zögert?

Nachbereitung

- ▶ Analysieren Sie die Zufriedenheit Ihres Verhandlungspartners
- ▶ Reflektieren Sie die Verhandlung und dokumentieren Sie die Ergebnisse
- ▶ Pflegen und nutzen Sie die Beziehung

Seminaranten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
33326	Horn/St. Gallen	02. - 04.11.2026
33127	Hallwilersee	05. - 07.04.2027
33227	Sempachersee	05. - 07.07.2027
33327	Brunnen	11. - 13.10.2027

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf15

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Rhetorik ist für Führungskräfte eine essentielle Fähigkeit, die weit über das reine Fachwissen hinausgeht. Durch die gezielte Anwendung rhetorischer Techniken können Führungskräfte ihre Kommunikation effektiver gestalten, Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufbauen und ihre Teams sowie Geschäftspartner inspirieren und motivieren. Dieses 3-tägige Seminar bietet die wichtigsten Werkzeuge und Strategien, um die eigene rhetorische Kompetenz zu entwickeln und in der Praxis einzusetzen.

Konzept

In der modernen Geschäftswelt ist die Fähigkeit, andere zu überzeugen, eine der wertvollsten Kompetenzen für Führungskräfte. Ob es darum geht, ein Team zu motivieren, Stakeholder von einer neuen Strategie zu überzeugen oder in Verhandlungen erfolgreich zu sein – die Kunst der Überzeugung ist unerlässlich. Deshalb steht die nachhaltige Entwicklung und Förderung der rhetorischen Kompetenzen der Teilnehmenden im Zentrum dieses Seminars, das auf den folgenden Säulen basiert: Kommunikative Kompetenz, Verständnis der Rhetorik, Entwicklung der persönlichen Rhetorik-Kompetenz und praktische Anwendung. Denn der Grundsatz gilt: «Ars bene dicendi» oder «die Kunst, gut zu reden» ist trainierbar.

Themenschwerpunkte

Kommunikative Kompetenz als Basis der Rhetorik

Kommunikative Kompetenz bildet das Fundament erfolgreicher Rhetorik. Sie umfasst die Fähigkeit, Botschaften klar und überzeugend zu formulieren, empathisch zuzuhören und situativ angemessen zu reagieren. Eine gut entwickelte kommunikative Kompetenz ermöglicht es, rhetorische Techniken wirkungsvoll einzusetzen und somit Glaubwürdigkeit, Emotionen und logische Argumentation zu verbinden.

- ▶ Wirkungsvoll kommunizieren – nach innen und nach aussen
- ▶ Der persönliche Kommunikationsstil
- ▶ Sprache und Wirkung
- ▶ Fragen stellen als Mittel der Kommunikation

Verständnis der Rhetorik

Die Rhetorik hat eine lange Tradition, die bis in die Antike zurückreicht. Die klassischen rhetorischen Schulen haben grundlegende Prinzipien der Überzeugungskunst formuliert. Das Verständnis dieser theoretischen Grundlagen ist unerlässlich, um die Mechanismen der Überzeugung zu begreifen und anzuwenden – auch in der heutigen Welt der schnellen und multimedialen Kommunikation.

- ▶ Theoretische Grundlagen der rhetorischen Schulen
- ▶ Anwendung und Anpassung der Theorie in der modernen Unternehmenswelt

- ▶ Rhetorik als trainierbares Handwerk verstehen
- ▶ Die Bedeutung der rhetorischen Kompetenz für die Führungskraft

Entwicklung der persönlichen Rhetorik-Kompetenz

Die Entwicklung der Rhetorik-Kompetenz ist ein fortlaufender Prozess, der auf Selbstreflexion, Übung und Feedback basiert. Es gilt dabei, wichtige Regeln zu befolgen, die Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten aufbauen und Sicherheit gegenüber Dritten ausstrahlen. Konkrete Handlungsempfehlungen und Tools zu Reden und Auftreten sind wichtige Hilfestellungen sowohl in der Vorbereitung wie auch in der Live-Situation.

- ▶ Auftrittskompetenz nach innen und nach aussen
- ▶ Rhetorik: Die Kunst der Rede
- ▶ Dialektik: Die Kunst der Überzeugung
- ▶ Authentische Gestik und positiver Wortschatz

Praktische Anwendung

Ob in Meetings, bei Mitarbeitergesprächen oder in der Öffentlichkeitsarbeit – die Fähigkeit, klar und überzeugend zu sprechen, fördert nicht nur die interne Zusammenarbeit, sondern stärkt auch die Aussenwirkung der Führungskraft und des Unternehmens. Es gilt, die gesamte Klaviatur der Rhetorik-Kunst in den unterschiedlichsten Real-Situationen zu beherrschen.

- ▶ Angewandte Rhetorik – professioneller Auftritt und sicher reden in Abhängigkeit des Kontexts
- ▶ Rhetorik und Schlagfertigkeit
- ▶ Übungen und Rollenspiele in praxisnahen Situationen
- ▶ Rhetorik im Umfeld von Public Relations (PR), Medien und Pressearbeit

Seminardaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
66127	Davos	22. - 24.02.2027
66227	Hallwilersee	21. - 23.06.2027
66327	St. Gallen	27. - 29.09.2027

Seminargebühr*: CHF 3900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf24

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Das praxisorientierte, 3-tägige Intensivseminar richtet sich an Geschäftsführer, Bereichsleiter und Transformationsverantwortliche, HR-Professionals sowie Organisationsentwickler, die ihre Organisation gezielt auf die Arbeitswelt von morgen ausrichten wollen. Auf interaktive Weise werden anhand realer Fallbeispiele, bewährter Modelle und erprobter Prozesse zentrale Erkenntnisse und Erfolgsfaktoren zur zukünftigen Arbeitswelt vorgestellt – mit dem Ziel, Organisationen auch unter unsicheren Rahmenbedingungen innovationsstark, anpassungsfähig und nachhaltig zukunftsfähig aufzustellen.

Konzept

Die Zukunft der Arbeit ist längst zu einem zentralen Orientierungsrahmen für die Bewältigung tiefgreifender Veränderungsprozesse geworden. Digitalisierung, demographischer Wandel, Nachhaltigkeit, neue Arbeitsformen sowie der zunehmende Einsatz Künstlicher Intelligenz kennzeichnen einen strukturellen Umbruch, der Organisationen dauerhaft verändert. Mit dem Fokus auf den Menschen bietet Future of Work einen strategischen Orientierungsrahmen, um hochwirksame, resiliente und zukunftsfähige Organisationskulturen zu schaffen.

Unabhängig davon, ob der Wandel primär durch technologische Entwicklungen, Marktveränderungen oder gesellschaftliche Umbrüche getrieben wird, berühren erfolgreiche Future-of-Work-Initiativen stets zentrale Themen wie Werte, Führung, Zusammenarbeit und Agilität. Entscheidend ist dabei nicht nur ein fundiertes Verständnis von Unternehmenskultur, sondern auch die Fähigkeit, Transformation unter unsicheren und volatilen Rahmenbedingungen strategisch zu gestalten.

Das Seminar befähigt die Teilnehmenden, ein vertieftes Verständnis für wettbewerbsfähige Kulturen von morgen zu entwickeln und dieses systematisch auf den eigenen Organisationskontext zu übertragen. Sie erhalten Einblicke in die Praxis von Unternehmen, die ihre Kultur bereits an die zukünftigen Anforderungen angepasst haben. Sie lernen, wie sich aktuelle Trends – etwa zu Künstlicher Intelligenz und Quantencomputing – auf Arbeit und Organisation auswirken. Die gezielte Vermittlung von Transformationswissen unterstützt die Teilnehmenden dabei, Future-of-Work-Initiativen strukturiert zu planen und wirksam umzusetzen.

Themenschwerpunkte

Einführung

Die strategische Notwendigkeit, Organisationen unter Bedingungen von Unsicherheit, technologischen Umbrüchen und zunehmender Komplexität handlungsfähig zu halten, erfordert eine Weiterentwicklung hin zu hochwirksamen Kulturen. Dieser Wandel betrifft nicht nur Prozesse und Systeme, sondern vor allem die Haltung, das Mindset und das Führungsverständnis in Organisationen.

- The Future of Work im Kontext des beschleunigten Wandels
- Zentrale Handlungsfelder der Organisation Zukunft im Überblick
- Warum die bewusste Gestaltung der Arbeitswelt ein entscheidender Wettbewerbsfaktor ist

The Future of Work als strategische Organisationsentwicklung

- Schneller, volatiler, komplexer: Was die Beschleunigung des Wandels für Organisationen bedeutet
- Was Resilienz wirklich schafft
- Outside the Box: Zentrale Handlungsfelder für die bewusste Gestaltung der Arbeitswelt

Best Practice für die erfolgreiche Neuausrichtung von Kulturen

- Vom IST zum SOLL: Konkrete Beispiele erfolgreicher Future-of-Work-Transformation
- Beteiligung von Mitarbeitenden als zentraler Erfolgsfaktor im Wandel
- „Start small, don't wait“: Pragmatische Einstiege in die Future-of-Work-Transformation

Reifegradmodelle als Grundlage für die Wirksamkeit von morgen

- Wertewandel und neue Führungshaltungen in der Future-of-Work-Organisation
- Handlungslogiken von morgen und ihre Abbildung in Entwicklungsstufen
- Integration unterschiedlicher Entwicklungsgeschwindigkeiten innerhalb der Organisation

Seminardaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
19226	St. Gallen	30.11. - 02.12.2026
19127	St. Gallen	26. - 28.04.2027
19227	St. Gallen	29.11. - 01.12.2027

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/luf25

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Strategisches Management, Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Innovation

- 62 | St. Galler Strategie-Seminar
- 64 | Strategie & Leadership für Executives
- 66 | Strategische Innovation mit Künstlicher Intelligenz
- 68 | Strategisches Business Management
- 70 | Leading Strategy & Innovation
- 72 | Strategie & Change Management Programm
- 73 | Nachhaltigkeitsmanagement (Sustainability)
- 74 | Strategie & Marketing für Executives



St. Galler Strategie-Seminar

Für Führungskräfte und Entscheidungsträger, die Zukunft gestalten: Das St. Galler Strategie-Seminar vermittelt praxisnah, wie tragfähige Strategien entwickelt, fundiert beurteilt und wirkungsvoll umgesetzt werden. Es richtet sich an Vorstände, Geschäftsleitungsmitglieder, Unternehmer, Geschäftsführer und Profit-Center-Leiter sowie an Führungskräfte und Spezialisten mit zentraler Verantwortung im Strategieprozess.

Konzept

Strategische Führung bedeutet, Veränderungen frühzeitig zu erkennen, Komplexität zu bewältigen und die Zukunft des Unternehmens aktiv zu gestalten. Gerade in einem dynamischen, von technologischem Wandel und neuen Wettbewerbsbedingungen geprägten Umfeld gilt es, rechtzeitig die richtigen Weichen zu stellen. Strategisches Management schafft dafür Orientierung: Es hilft, Handlungsbedarf zu erkennen, bestehende Geschäfte und Marktpositionen gezielt weiterzuentwickeln und neue Wachstumsfelder und Geschäftsmöglichkeiten zu erschliessen. Doch was zeichnet eine gute Strategie aus? Wie viel Planung ist in einem turbulenten Umfeld sinnvoll? Entsteht Strategie in periodischen Workshops – oder ist sie als kontinuierlicher Entwicklungsprozess zu verstehen? Und wie gelingt es, aus Analysen und strategischen Optionen klare Entscheidungen und konsequentes Handeln abzuleiten? Das St. Galler Strategie-Seminar vermittelt einen praxisbewährten Ansatz – von der Analyse und Früherkennung über die Entwicklung und Bewertung strategischer Optionen bis zur Formulierung und erfolgreichen Implementierung. Die Teilnehmenden schärfen ihre strategische Kompetenz, setzen sich mit bewährten Instrumenten und Methoden aus der Strategieberatung auseinander und vertiefen ihre Fähigkeit, Strategieprozesse effizient zu strukturieren und wirkungsvoll zu steuern. Dabei wird auch gezeigt, wie Künstliche Intelligenz als Sparringspartner genutzt werden kann – etwa zur Entwicklung und Schärfung von Szenarien, zur Überprüfung strategischer Annahmen sowie zum Aufdecken neuer Perspektiven und blinder Flecken.

Themenschwerpunkte

Strategisches Management als Konzept

Was leistet strategisches Management – und wie muss es angesichts zunehmender Dynamik, Digitalisierung und Künstlicher Intelligenz weiterentwickelt werden? Die Teilnehmenden erhalten einen fundierten und zugleich praxisorientierten Überblick über Grundgedanken, empirische Erkenntnisse, Methoden und Praxisanwendungen des strategischen Managements.

- ▶ Strategie als Weichenstellung für die Zukunft
- ▶ Die zentralen strategischen Fragestellungen
- ▶ Von der Strategieentwicklung zur Implementierung: der St. Galler Strategieansatz
- ▶ Strategisches Management im Zeitalter des digitalen Wandels und von KI

Strategische Vorausschau mit KI

Künstliche Intelligenz eröffnet neue Möglichkeiten, strategische Überlegungen schneller zu strukturieren, Annahmen kritisch zu hinterfragen und alternative Zukunftsbilder zu entwickeln. Im Seminar wird gezeigt, wie KI sinnvoll in den Strategieprozess integriert werden kann – nicht als Ersatz für unternehmerisches Urteilsvermögen, sondern als leistungsfähiger Sparringspartner.

- ▶ Entwicklung und Schärfung strategischer Szenarien
- ▶ Prüfung zentraler Annahmen und Hypothesen
- ▶ Simulation alternativer Entwicklungen und Konsequenzen
- ▶ Identifikation blinder Flecken und neuer Perspektiven
- ▶ Strategische Einordnung der Ergebnisse

Geschäftsfelder als strategische Planungseinheiten

Eine tragfähige Strategie setzt voraus, dass ein Unternehmen weiss, für welche Geschäfte unterschiedliche strategische Logiken gelten. Deshalb ist eine sinnvolle strategische Segmentierung von Unternehmen, Geschäftsbereichen und Märkten von zentraler Bedeutung.

- ▶ Geschäftsfelder als strategische Planungseinheiten
- ▶ Möglichkeiten und Vorgehensweisen
- ▶ Kriterien für eine strategisch sinnvolle Segmentierung
- ▶ Praxisbeispiele und bewährte Instrumente

Strategischen Handlungsbedarf frühzeitig erkennen

Erfolg kann trügerisch sein. Wer über längere Zeit erfolgreich ist, läuft Gefahr, Veränderungen zu spät wahrzunehmen und bewährte Geschäftsmodelle, Marktpositionen und Verhaltensweisen zu lange zu verteidigen. Strategische Führung muss deshalb relevante Veränderungen antizipieren, schwache Signale erkennen und deren Bedeutung richtig einschätzen. Dabei gilt es, zwei Extreme zu vermeiden: das Verdrängen notwendiger Veränderungen ebenso wie das vorschnelle Ausrufen fundamentaler Umbrüche. Ziel ist ein ausgewogener strategischer Ansatz, der sowohl evolutionäre Weiterentwicklung als auch – wo erforderlich – tiefgreifende Erneuerung ermöglicht.

- ▶ Frühzeitige Erkennung strategisch relevanter Veränderungen
- ▶ Zentrale Methoden und Instrumente der strategischen Analyse
- ▶ Praxisorientierter Einsatz strukturierter Analyseinstrumente
- ▶ Klare Priorisierung des strategischen Handlungsbedarfs

Erfolgversprechende Strategieoptionen

Strategie beginnt nicht mit einer vorgefassten Lösung. Wer sich rechtzeitig mit der Zukunft beschäftigt, verfügt meist über mehrere Handlungsalternativen – und damit über unterschiedliche mögliche Zukünfte. Im Seminar wird gezeigt, wie solche Optionen systematisch entwickelt, verglichen und bewertet werden.

- ▶ Erfolgversprechende strategische Optionen und Zukunftsperspektiven
- ▶ Bewertung von Erfolgspotenzial und Realisierbarkeit
- ▶ Verdichtung strategischer Alternativen zu einer fundierten Entscheidungsgrundlagen

Strategien präzise formulieren

Eine Strategie entfaltet Wirkung, wenn sie Orientierung schafft und klare Leitplanken für Entscheidungen und Handlungen setzt. Nach der Wahl der strategischen Stossrichtungen gilt es daher, die Strategie auf das Wesentliche zu verdichten und klar, präzise und verständlich zu formulieren. Gute Strategien reduzieren Komplexität, setzen Prioritäten und verdeutlichen, was angestrebt wird – und was bewusst nicht. Zugleich müssen sie konkret genug sein, um das operative Handeln zu prägen, und flexibel genug, um auf relevante Veränderungen reagieren zu können.

- ▶ Klare, präzise und kommunizierbare Strategieformulierung: der One-Pager
- ▶ Plausibilität und Konsistenz der Strategie
- ▶ Quantifizierung strategischer Ziele
- ▶ Ableitung und Abstimmung funktionaler Strategien

Strukturen auf die Strategie ausrichten

Neue Strategien verändern Prioritäten, Verantwortlichkeiten, Prozesse und häufig auch die Anforderungen an die Organisation. Es muss geprüft werden, welche strukturellen Anpassungen tatsächlich aus der Strategie folgen. Dabei gilt, modische Organisationskonzepte von strategisch notwendigen Veränderungen zu unterscheiden: „Structure follows strategy“ statt „Structure follows fashion“.

- ▶ Auswirkungen strategischer Veränderungen auf die Organisation
- ▶ Ausrichtung von Strukturen und Verantwortlichkeiten an strategische Prioritäten

Strategien erfolgreich implementieren

Strategieimplementierung ist nicht der „letzte Akt“ eines Strategieprozesses. Die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung müssen bereits während der Strategieentwicklung geschaffen werden. Anhand des St. Galler Implementierungsmodells wird gezeigt, wie Umsetzung von Beginn an in den Strategieprozess integriert und als zentrale Führungsaufgabe verstanden wird.

- ▶ Voraussetzungen erfolgreicher Implementierung
- ▶ Identifikation typischer Umsetzungsbarrieren
- ▶ Strategieumsetzung als zentrale Führungsaufgabe
- ▶ Ausrichtung von Verantwortlichkeiten, Prioritäten und Ressourcen
- ▶ Steuerung strategischer Initiativen und Massnahmen
- ▶ Fortschrittsmessung und strategisches Controlling

Teilnehmerstimmen



«Klasse Seminar. Hochkarätige Dozenten, praxisrelevante Seminarinhalte, super strukturiert. SGMI-Seminare sind ein riesiger Mehrwert für mich.»

«Sehr bereichernd und qualitativ wie auch inhaltlich auf hohem Niveau. Man wird richtiggehend stimuliert, im eigenen Unternehmen etwas zu verändern beziehungsweise anzupassen.»

«Den Dozenten ist es gelungen, durch die Vermittlung und Auffrischung von theoretischem Wissen in Kombination mit praxisnahen Fallbeispielen eines der besten Seminare zu halten, welches ich jemals besucht habe. Mein nächstes SGMI Seminar habe ich bereits gebucht!»

«Ein hervorragendes Seminar. Für jeden, der mit Strategien zu tun hat, ein «Muss!»»

«Sehr anspruchsvolles und kurzweiliges Seminar, bei dem man spätestens am Ende des zweiten Tages «Strategisches Denken» verstanden hat. Die Themen und Gedanken des St. Galler Management-Ansatzes gehen ins Blut über und am Ende des Seminars geht man hochmotiviert und voller neuer Denkanstösse in den Arbeitsalltag.»



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/30

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens05

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
70127	Lenzerheide	18. - 21.01.2027
70227	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
70327	Vitznau/Luzern	07. - 10.06.2027
70427	St. Gallen	23. - 26.08.2027
70527	St. Gallen	25. - 28.10.2027

Seminargebühr*: CHF 5500.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Strategie & Leadership für Executives

Executive Programm in 2 Teilen für erfahrene Führungspersönlichkeiten mit langjähriger Managementenerfahrung und nachweislichem Erfolg in der Führung von Unternehmen, Tochtergesellschaften, Divisionen, Geschäftsfeldern, bedeutenden Business Units, grossen Bereichen oder zentralen Unternehmensfunktionen.

Konzept

Erfahrung ist eine der wertvollsten Ressourcen einer Führungskraft. Sie hilft, Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen, gibt Sicherheit bei schwierigen Entscheidungen und schafft Glaubwürdigkeit. Doch Erfahrung kann auch zum Risiko werden: Was gestern erfolgreich war, muss morgen nicht mehr richtig sein. Gerade in Zeiten tiefgreifender Veränderungen gilt es deshalb, bewährte Erfolgsmuster und eigene Überzeugungen regelmässig zu hinterfragen. Genau hier setzt dieses 2-teilige Management Programm an. Es verbindet aktuelles Strategiewissen mit Leadership-Kompetenz und neuen Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz. Ziel ist es, die eigene Erfahrung um neue Perspektiven zu erweitern und Strategie, Entscheidungsqualität und Führung gezielt weiterzuentwickeln.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Strategisches Management im Wandel

Der erste Teil ist ein viertägiges Strategie-Seminar. Im Zentrum stehen aktuelles Strategiewissen und die Frage, wie Unternehmen ihre Zukunft in einem dynamischen, disruptiven und KI-geprägten Umfeld erfolgreich gestalten. Dabei wird auch gezeigt, wie KI als strategischer Sparringspartner genutzt werden kann, um Szenarien zu entwickeln, Annahmen zu hinterfragen und neue Perspektiven zu gewinnen.

Strategisches Management: Die Zukunft gestalten

Die zentralen Konzepte, Methoden und Instrumente des strategischen Managements – fundiert, praxisnah und auf die Herausforderungen von heute und morgen ausgerichtet:

- ▶ Strategie als Weichenstellung für nachhaltigen Unternehmenserfolg
- ▶ Die zentralen strategischen Fragestellungen der Unternehmensführung
- ▶ Der ganzheitliche St. Galler Strategieansatz
- ▶ Strategische Geschäftsfeld-Gliederung als Grundlage für Wachstum, Positionierung und zukünftige Unternehmensentwicklung
- ▶ Von der Strategieentwicklung zur erfolgreichen Umsetzung

KI als strategischer Sparringspartner

Künstliche Intelligenz kann strategische Arbeit wirkungsvoll unterstützen: Sie strukturiert Informationen, hinterfragt Annahmen und eröffnet neue Perspektiven. Wir zeigen, wie KI als Ergänzung zu Erfahrung und unternehmerischem Urteilsvermögen gezielt eingesetzt werden kann.

- ▶ Entwicklung und Schärfung strategischer Szenarien
- ▶ Simulation alternativer Entwicklungen und Konsequenzen
- ▶ Identifikation blinder Flecken und neuer Perspektiven

Weitermachen wie bisher – oder grundlegende Veränderung?

Langjähriger Erfolg kann den Blick für notwendige Veränderungen verstellen. Die Herausforderung besteht darin, Bewährtes nicht vorschnell aufzugeben, gleichzeitig aber notwendige Veränderungen rechtzeitig einzuleiten. Erfolgreiches strategisches Management verbindet daher evolutionäre Weiterentwicklung mit der Bereitschaft zu grundlegendem Wandel.

- ▶ Wie entstehen erfolgversprechende strategische Optionen?
- ▶ Welche Chancen, Risiken und Voraussetzungen sind damit verbunden?
- ▶ Welche Optionen bieten die besten Erfolgsperspektiven?
- ▶ Wann genügt Weiterentwicklung – und wann braucht es einen strategischen Neustart?

Ehrgeizige Ziele, bestmögliche Strategien

Ist der Veränderungsbedarf erkannt, gilt es, strategische Optionen zu entwickeln, zu bewerten und daraus die bestmögliche Strategie abzuleiten. Wenige zentrale Weichenstellungen können dabei langfristig über Wettbewerbsfähigkeit und Unternehmenserfolg entscheiden. Das Ergebnis:

- ▶ Klare strategische Prioritäten und Leitplanken
- ▶ Ambitionierte Ziele für Marktposition, Kernkompetenzen, Wachstum und Rentabilität
- ▶ Ein gemeinsames Verständnis, wo und wie das Unternehmen gewinnen will

Erfolgreiche Umsetzung von Strategien

Der Erfolg einer Strategie entscheidet sich in der Umsetzung. Klare Prioritäten, abgestimmte Strukturen und Prozesse sowie eindeutige Verantwortlichkeiten schaffen die Voraussetzungen dafür. Anhand konkreter Praxisbeispiele zeigt dieser Seminarteil, wie Strategien konsequent in die Organisation überführt und wirksam umgesetzt werden.

Teil 2: Erfolgsfaktor Führungskompetenz

Der zweite Seminarteil behandelt das Thema «Erfolgsfaktor Führungskompetenz». In 4 Seminartagen beschäftigen wir uns mit jenen Fragen, die dann auftauchen, wenn die Konzepte stehen. Kein Konzept realisiert sich von alleine. Es braucht Führung und Sozialkompetenz, um im Geschäftsalltag genau das zu bewirken, was als strate-

gische Stossrichtung und ehrgeizige Zielvorgabe geplant war. Strategien realisieren sich nicht von selbst. Der zweite Teil des Programms widmet sich deshalb der Frage: Wie gelingt es Führungskräften, aus strategischen Absichten konkrete Resultate zu machen? Dafür braucht es Persönlichkeit, Kommunikation, Motivation und die Fähigkeit, Menschen für gemeinsame Ziele zu gewinnen. Im Zentrum stehen jene Führungskompetenzen, die eine wirksame Strategieumsetzung ermöglichen – gerade unter Veränderungsdruck und in einer zunehmend KI-geprägten Arbeitswelt.

Sozialkompetenz für Führungskräfte

- ▶ Warum Strategieumsetzung hohe Sozialkompetenz voraussetzt
- ▶ Die zentralen Dimensionen wirksamer Sozialkompetenz
- ▶ Das eigene Leistungspotenzial erkennen und weiterentwickeln
- ▶ Typische Verhaltensmuster in anspruchsvollen Führungssituationen
- ▶ Veränderbare Aspekte der eigenen Persönlichkeit gezielt entwickeln
- ▶ Selbstreflexion als Voraussetzung wirksamer Führung

Motivation für die Veränderung

- ▶ Zentrale Erkenntnisse der Motivationslehre
- ▶ Einklang von Unternehmens-, Führungs- und persönlichen Werten
- ▶ Energie und Leistungsbereitschaft
- ▶ Empowerment und Eigenverantwortung
- ▶ Intuition als ergänzende Führungskompetenz
- ▶ Veränderungsbereitschaft und Veränderungsfähigkeit

Persönliche Stärken im Führungsprozess

- ▶ Ungenutzte Leistungsreserven erkennen und aktivieren
- ▶ Die Macht von Routinen und Gewohnheiten
- ▶ Motivation in nachhaltige Leistungsbereitschaft überführen
- ▶ Aus motivierten Mitarbeitenden engagierte Leistungsträger machen
- ▶ Eigene Stärken gezielt einsetzen und persönliche Grenzen erkennen

Konzentration auf Resultate

- ▶ Selbststeuerung und mentale Techniken
- ▶ Souveräner Umgang mit Hektik, Druck und hoher Arbeitsbelastung
- ▶ Persönliche Arbeitseffektivität steigern
- ▶ Richtig delegieren und Verantwortung wirksam übertragen
- ▶ Konsequente Ergebnisorientierung ohne Mikromanagement
- ▶ Coaching als Führungsinstrument

Die Führungskraft als Kommunikator

- ▶ Klare und wirkungsvolle Kommunikation
- ▶ Rhetorische Kompetenz und Überzeugungskraft
- ▶ Adressatengerechte Vermittlung anspruchsvoller Botschaften
- ▶ Wirksame Mitarbeitergespräche

- ▶ Orientierung in Veränderungssituationen
- ▶ Begeisterung für gemeinsame Ziele und ambitionierte Vorhaben

Führung und KI

- ▶ Orientierung und Führung im KI-bedingten Wandel
- ▶ Veränderte Führungsrollen und Kompetenzprofile
- ▶ Menschliche Urteilstkraft im Zusammenspiel mit KI
- ▶ Chancen, Grenzen und Risiken des KI-Einsatzes

Teilnehmerstimmen

«Hochprofessionelles Programm mit tiefgreifendem Praxisnutzen. Ein absoluter Mehrwert.»

«Klasse. Hochkarätige Dozenten, praxisrelevante Seminarinhalte, super strukturiert. SGMI Seminare sind ein riesiger Mehrwert für mich.»

«Aktuelles Wissen hochprofessionell und digital aufbereitet sowie durch kompetente Referenten, die ihr Geschäft verstehen, hervorragend vorgetragen. Das Programm stellt eine enorme Wissenserweiterung und Inspiration für meine neue Rolle als Business Unit Leiter dar.»

«Ich bin begeistert und motiviert und fühle mich gewappnet für die Umsetzung im Business.»

«Sehr hohes Niveau der Dozenten und der Seminarinhalte gepaart mit sehr guten Beispielen aus der Praxis.»

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML1117	1. Teil	Lenzerheide	18. - 21.01.2027
	2. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
ML1127	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	Davos	15. - 18.03.2027
ML1137	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	28.06. - 01.07.2027
ML1147	1. Teil	Vitznau/Luzern	07. - 10.06.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	28.06. - 01.07.2027
ML1157	1. Teil	St. Gallen	23. - 26.08.2027
	2. Teil	St. Gallen	11. - 14.10.2027

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls16

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Strategische Innovation mit Künstlicher Intelligenz

In einem Umfeld, in dem die Halbwertszeit etablierter Technologien, Geschäftsmodelle und Kundenbeziehungen rapide abnimmt, wird die systematische Fähigkeit zur strategischen Erneuerung selbst zum Wettbewerbsvorteil. Entscheidend ist dabei das Tempo – und genau hier setzt Künstliche Intelligenz an: Sie ermöglicht es, neue Wettbewerbsvorteile in der Geschwindigkeit zu entwickeln, die das Umfeld heute verlangt. Das 3-tägige Seminar zeigt, wie sich strategische Innovation systematisch organisieren und mit KI konsequent beschleunigen lässt.

Konzept

Im digitalen Zeitalter verändern sich Technologien, Märkte und Kundenerwartungen in immer kürzeren Abständen. Damit sinkt die Zeit, in der ein einmal erarbeiteter Wettbewerbsvorteil trägt. Für etablierte Unternehmen rückt Innovation damit ins Zentrum der Unternehmensführung: Sie entscheidet zunehmend darüber, ob ein Unternehmen wettbewerbsfähig bleibt. Es geht nicht mehr nur darum, das bestehende Portfolio zu ergänzen, sondern darum, immer wieder neue Wettbewerbsvorteile zu erarbeiten.

Etablierte Unternehmen bringen dafür mehr mit, als ihnen oft zugeschrieben wird – etwa Marktzugang, Kundenbeziehungen, Know-how, Marken oder finanzielle Mittel. Entscheidend ist, sie für die Entwicklung neuer Geschäftsmöglichkeiten zu nutzen und Innovationsvorhaben konsequent an den strategischen Zielen auszurichten – damit aus einzelnen Initiativen ein spürbarer Beitrag zur Erneuerung des Unternehmens wird.

Künstliche Intelligenz beschleunigt diesen Prozess erheblich. Analysen, für die früher Wochen nötig waren, entstehen in Stunden; Opportunitäten und Lösungsansätze lassen sich breiter erzeugen und härter prüfen. Entscheidend ist dabei nicht das eingesetzte Werkzeug, sondern das Vorgehen: Wer KI ohne methodischen Rahmen nutzt, erhält plausible Ergebnisse – aber keine belastbare Entscheidungsgrundlage.

Das Seminar verzahnt Theorie und Praxis: Die Teilnehmenden durchlaufen den strategischen Innovationsprozess Schritt für Schritt an einem durchgängigen Fallbeispiel und setzen dabei in jedem Schritt KI ein. Die Ergebnisse werden gemeinsam reflektiert und jeweils auf die Situation im eigenen Unternehmen übertragen.

Themenschwerpunkte

Das 3-tägige Seminar «Strategische Innovation mit Künstlicher Intelligenz (KI)» richtet sich an Unternehmer, Geschäftsführer, Führungskräfte, Strategieverantwortliche und Innovationsmanager, die Innovation im Zeitalter der KI nicht nur verstehen, sondern die Potenziale der Künstlichen Intelligenz aktiv nutzen und einsetzen möchten. Es stärkt sowohl strategisches als auch technologisches Denken und zeigt auf, wie sich neue Wettbewerbsvorteile systematisch entwickeln lassen. Die Teilnehmenden profitieren durch:

- ▶ **Strategische Einordnung von Innovation**
Sie verstehen, wie sich innovative Massnahmen an den strategischen Zielen ausrichten lassen – und warum das über ihren Wertbeitrag entscheidet.
- ▶ **Ein durchgängiger Innovationsprozess**
Sie lernen ein Vorgehen kennen, das von der strategischen Zielsetzung bis zur Umsetzung neuer Geschäftsmöglichkeiten führt.
- ▶ **Einsatz von KI**
Sie lernen, wie KI den Innovationsprozess End-to-End bei allen relevanten Schritten unterstützen kann.
- ▶ **Anwendung in der Praxis**
Sie arbeiten an einem durchgängigen Fallbeispiel, erproben unterschiedliche Arten der KI-Nutzung und erkennen, wie stark das Vorgehen über die Qualität der Ergebnisse entscheidet.
- ▶ **Organisatorische Verankerung**
Sie erkennen, welche Strukturen, Steuerungssysteme und welches Arbeitsumfeld strategische Innovation dauerhaft tragfähig machen.

Strategische Innovation und KI verstehen

Die Teilnehmenden erfahren, warum die kontinuierliche Erneuerung des Geschäfts zur Daueraufgabe etablierter Unternehmen geworden ist – und welchen Beitrag Künstliche Intelligenz dazu leisten kann. Der Fokus liegt dabei auf der Anwendungsperspektive des Managements, nicht auf der Technologieperspektive.

- ▶ Warum die kontinuierliche Erneuerung des Geschäfts zur Daueraufgabe wird – und welches Tempo das Umfeld dafür vorgibt
- ▶ Was strategische Innovation von klassischem Innovationsmanagement unterscheidet

- ▶ Was KI in der Innovationsarbeit heute leisten kann – und wo sie an Grenzen stösst
- ▶ Warum das Vorgehen darüber entscheidet, ob aus KI-Ergebnissen belastbare Entscheidungsgrundlagen werden

Strategische Innovation KI-gestützt entwickeln

Den Kern des Seminars bildet ein vollständiger Durchlauf des strategischen Innovationsprozesses am Fallbeispiel. Jeder Schritt wird mit KI-Unterstützung bearbeitet, im Plenum reflektiert und auf das eigene Unternehmen übertragen.

Den strategischen Rahmen setzen

- ▶ Strategische Ziele festlegen und operationalisieren
- ▶ Chancen und Risiken systematisch erfassen und Fokusfelder für die Erneuerung ableiten
- ▶ Innovationsvorhaben bewerten, priorisieren und im Portfolio ausbalancieren

Neue Geschäftsmöglichkeiten erschliessen

- ▶ Neue strategische Opportunitäten in den Fokusfeldern entwickeln
- ▶ Konkrete Lösungen und Geschäftsmodelle ausarbeiten, Hypothesen bilden und validieren
- ▶ Die Hürden beim Transfer in die Umsetzung überwinden

Strategische Innovation im Unternehmen verankern

Ob Innovation einen strategischen Beitrag leistet, entscheidet sich selten am einzelnen Vorhaben, sondern an den Rahmenbedingungen im Unternehmen: daran, wo Innovation verankert ist und wie sie gesteuert wird. Dieser Block zeigt, welche Hebel darüber entscheiden, ob aus Einzelinitiativen ein verlässlicher Beitrag zur strategischen Erneuerung wird.

- ▶ Wo Innovation im Unternehmen verankert wird – und welche Organisationsformen sich dafür anbieten
- ▶ Steuerung und Governance: wie Innovationsvorhaben laufend bewertet und an die Strategie rückgebunden werden
- ▶ Welchen Einfluss Arbeitsumfeld und Mindset auf die Innovationskraft haben – und wie sich Führung im Zeitalter der KI verändert
- ▶ Voraussetzungen für KI-gestützte Innovationsarbeit im eigenen Unternehmen

Teilnehmerstimmen



«Hoch professionelles Seminar mit einem starken und praxisnahen Unterbau an Expertise und Erfahrung. Keep on Doing.»

«Es war ein sehr gelungenes Seminar, aus dem viele neue Impulse gezogen werden können. Ein Grossteil des vermittelten Wissens kann unmittelbar angewandt werden.»

«Das Seminar hat mir sehr gut dabei geholfen, Innovationsprozesse greifbarer, strukturierter und nachhaltiger zu gestalten.»

«Ausgezeichnetes, intensives und praxisnahes Seminar mit klarem Aufbau und konkreten Umsetzungswerkzeugen zur Anwendung.»

«Ich habe sehr viel innerhalb von wenigen Tagen gelernt – Danke! Und auch die Kontakte und der Austausch mit den anderen Teilnehmenden war eine Bereicherung.»

«Super Kombination durch strategische Einordnung des Innovationsthemas in den Gesamtkontext Unternehmen, Umwelt und Strategie. Die Schaffung von Klarheit in der Strategie zur Umsetzung von Innovationen ist wirklich gelungen.»

«Der Dozent hat den Teilnehmenden einen grossen «Werkzeugkasten», bestehend aus nützlichen und direkt anwendbaren Tools, zur Verfügung gestellt. Das Thema Innovation wird somit direkt greifbar.»

«Meine Erwartungshaltungen wurden erfüllt. Der praktische Anteil rund um KI-Anwendungen war überraschend und erfrischend und hat dem Seminar einen zusätzlichen inhaltlichen Schliff gegeben.»

«Das Seminar war ein hervorragender Impuls das Thema Strategie und Innovation im Unternehmen integriert zu betrachten! Ich bin sehr froh, dass ich hier war!»

Seminardaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
18127	Wildhaus	19. - 21.04.2027
18027	St. Gallen	07. - 09.06.2027
18227	Hallwilersee	11. - 13.10.2027

Seminargebühr*: CHF 4900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum16

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Strategisches Business Management

2 × 4-tägiges Management-Programm für Führungskräfte mit Verantwortung für ein Unternehmen, eine Business Unit oder ein bedeutendes Profit Center sowie für Führungskräfte, die sich auf eine solche Aufgabe vorbereiten. Das Programm stärkt die Kompetenz, ein Geschäft ganzheitlich zu führen – von der strategischen Ausrichtung und Umsetzung bis zur finanziellen Ergebnisverantwortung.

Konzept

Der Schritt von einer funktionalen Führungsrolle in die General-Management-Verantwortung verändert die Anforderungen grundlegend. Gefragt sind unternehmerisches Denken, strategische Weitsicht und konsequente Ergebnisorientierung. Es gilt, Geschäftschancen frühzeitig zu erkennen, Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln, Gewinnpotenziale zu erschliessen und klare strategische Entscheidungen zu treffen. Gleichzeitig müssen Führungskräfte Menschen für ihre Ziele gewinnen und Strategien erfolgreich in Resultate überführen. Denn mit zunehmender Verantwortung verändert sich auch der Massstab für Erfolg: Nicht Aktivität, sondern Wirkung und Resultate zählen.

Das Programm «Strategisches Business Management» vermittelt dafür das entscheidende Managementwissen. Teil 1 konzentriert sich auf die strategische Führung eines Geschäfts und die Entwicklung zukunftsfähiger Strategien. Teil 2 stärkt die finanzielle Führungskompetenz – mit dem Ziel, Markterfolg in nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg zu überführen.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Ein Business strategisch führen

Der St. Galler Management-Ansatz als Navigationsinstrument

- ▶ Ganzheitliche Orientierung in der Unternehmensführung
- ▶ Zentrale Treiber für nachhaltigen Erfolg
- ▶ Komplexität verstehen, Zusammenhänge erkennen

Verantwortung für Resultate

- ▶ Vom Detail zur unternehmerischen Perspektive
- ▶ Strategie-, Markt- und Ergebnisverantwortung
- ▶ Fokus auf wert- und resultatträchtige Aufgaben
- ▶ Prioritäten und unternehmerische Wirksamkeit

KI-Unterstützung für Strategie und Management

- ▶ Aus ersten Signalen, Trends und Szenarien Zukunftsbilder entwerfen
- ▶ Chancen als Erste erkennen und nutzen
- ▶ Gefahren vorzeitig spüren und proaktiv agieren

Die strategische Ausgangslage

- ▶ Die wichtigsten Analysemethoden im Praxiseinsatz
- ▶ Markt, Wettbewerb und eigene Erfolgsposition
- ▶ Die Analyse-Erkenntnisse richtig interpretieren

Strategische Optionen

- ▶ Entwicklung attraktiver Zukunftsoptionen
- ▶ Kreativität, Weitsicht und unternehmerische Ambition
- ▶ Bewertung von Chancen, Risiken und Erfolgspotenzialen

Strategien formulieren

- ▶ Präzise strategische Stossrichtungen
- ▶ Plausibilität und Erfolgspotenzial
- ▶ Verständlichkeit, Akzeptanz und Umsetzbarkeit

Strategische Ziele

- ▶ Die relevanten strategischen Zielgrössen
- ▶ Ambition und Realisierbarkeit
- ▶ Klare Orientierung für Organisation und Führung

Strategien umsetzen

- ▶ Vom strategischen Konzept zur Realisierung
- ▶ Prioritäten, Verantwortlichkeiten und Umsetzungsschritte
- ▶ Konsequente Steuerung der Implementierung

Teil 2: Finanzielle Führung und Ergebnissteuerung

Die finanzielle Situation erfassen

- ▶ Finanzpläne, Budgets und Controlling-Berichte
- ▶ Kosten-, Ergebnis- und Rentabilitätsstrukturen
- ▶ Rascher finanzieller Gesamtüberblick
- ▶ Relevante Kennzahlen für Managemententscheidungen

Gewinnpotenziale erkennen

- ▶ Marktpotenzial, Branchenrentabilität und strategische Position
- ▶ Kundennutzen und wirtschaftliches Erfolgspotenzial
- ▶ Ungenutzte Gewinn- und Wertsteigerungspotenziale

Ergebnisse verbessern

- ▶ Zentrale Performance- und Ergebnistreiber
- ▶ Kostenposition und Produktivität
- ▶ Wertschöpfungs- und Margenpotenziale
- ▶ Preise und Zahlungsbereitschaft
- ▶ Profitabilität von Kunden und Aufträgen
- ▶ Verlustquellen und Ergebnisverbesserung

Finanzierung und Liquidität

- ▶ Grundlagen der Unternehmensfinanzierung
- ▶ Optimierung von Kapitalbedarf und Kapitaleinsatz
- ▶ Finanzierungsalternativen und Kapitalkosten
- ▶ Liquiditätssteuerung und finanzielle Stabilität

Investitionen

- ▶ Wirtschaftliche Bewertung von Investitionen
- ▶ Rendite, Risiko und Kapitaleinsatz
- ▶ Fundierte Investitionsentscheidungen unter Unsicherheit

Unternehmensbewertung, M&A und Transaktionen

- ▶ Bewertungsmethoden
- ▶ Werttreiber und Wertsteigerungspotenziale
- ▶ Akquisitionen, Fusionen und strategische Transaktionen

Controlling und Performance Management

- ▶ Führung mit Kennzahlen und Controlling Reports
- ▶ Relevante Steuerungsgrößen und Performance-Indikatoren
- ▶ Controlling als Instrument der Unternehmensführung

Finanzen und KI

- ▶ KI in Finance, Controlling und Unternehmenssteuerung
- ▶ KI-gestützte Finanzanalyse: Qualität und Aussagekraft
- ▶ Prognosequalität und Effizienzpotenziale durch KI
- ▶ KI-Unterstützung bei M&A und Transaktionen



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/44

Teilnehmerstimmen

«Methodik exzellent, im ganzheitlichen Kontext des St. Galler Management Prozess eingebettet, durch hervorragende Referenten mit Praxisbezug vorgetragen. Weiter so!»

«Absolut Klasse. Hohes Niveau und schwierige Themen sehr eingänglich erklärt - und hoher Praxisnutzen! Empfehle ich auf jeden Fall weiter!»

«Sehr kompetent, sehr dicht – alles, was der Manager für die strategische und finanzielle Unternehmensführung braucht. Ich bin begeistert!»

«Die Dozenten waren hervorragend – kompetent, inspirierend und viel Erfahrung aus der Praxis. Absolut empfehlenswert!»

«Das Seminar hat meine Erwartungen voll erfüllt. In vielen Beispielen und Übungen habe ich meine täglichen Herausforderungen wiedergefunden. Die im Seminar angebotenen Lösungsansätze werde ich sicher anwenden und in Strategien umsetzen.»

«Eines der besten Seminare, das ich besucht habe. Kompetent, kurzweilig, fachlich top.»

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens06

Deutschsprachige Durchführungen (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
44127	1. Teil	Lenzerheide	18. - 21.01.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
44227	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
44327	1. Teil	Vitznau/Luzern	07. - 10.06.2027
	2. Teil	Davos	13. - 16.09.2027
44427	1. Teil	St. Gallen	23. - 26.08.2027
	2. Teil	Davos	13. - 16.09.2027
44527	1. Teil	St. Gallen	23. - 26.08.2027
	2. Teil	St. Gallen	22. - 25.11.2027
44627	1. Teil	St. Gallen	25. - 28.10.2027
	2. Teil	St. Gallen	22. - 25.11.2027

Seminargebühr*: CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



7 intensive Seminartage in zwei Teilen für Vorstände, Geschäftsführer, Executives und erfahrene Führungskräfte, die strategische Entwicklung und Innovation in ihrem Verantwortungsbereich aktiv vorantreiben. Das Programm verbindet zwei zentrale Aufgaben erfolgreicher Unternehmensführung: zukunftsfähige Strategien entwickeln und daraus wirkungsvolle Innovationen schaffen. Künstliche Intelligenz wird dabei als Sparringspartner für strategische Analyse, Szenarien, Entscheidungsfindung und Innovation integriert.

Konzept

Strategie und Innovation gehören zu den zentralen Aufgaben von Executives. Strategische Führung schafft Klarheit darüber, wo ein Unternehmen in Zukunft erfolgreich sein will. Innovation sorgt dafür, dass daraus neue Wettbewerbsvorteile, Geschäftsmodelle und Wachstumsmöglichkeiten entstehen.

Beides verlangt Weitsicht, Kreativität und unternehmerisches Urteilsvermögen: Veränderungen frühzeitig erkennen, zukünftige Kundenbedürfnisse verstehen, technologische Entwicklungen einordnen, attraktive Optionen entwickeln und die richtigen Investitionsentscheidungen treffen.

Künstliche Intelligenz erweitert diese Möglichkeiten. Sie kann Analysen beschleunigen, Annahmen hinterfragen, Szenarien entwickeln und neue strategische Optionen sichtbar machen. Entscheidend bleibt jedoch die Führungskraft, die Ergebnisse beurteilt, Prioritäten setzt und Verantwortung für die Entscheidung übernimmt.

Teil 1 vermittelt den St. Galler Strategieansatz und zeigt, wie Strategien systematisch entwickelt, geschärft und mit Unterstützung von KI auf ihre Zukunftsfähigkeit geprüft werden. Teil 2 konzentriert sich auf strategische Innovation: Wie entstehen aus strategischen Zielen neue Geschäftsmöglichkeiten und wie werden daraus konkrete Wettbewerbsvorteile?

Themenschwerpunkte

Teil 1: Leading Strategy

Gute Strategien schaffen Orientierung, setzen Prioritäten und konzentrieren Ressourcen auf die entscheidenden Zukunftsthemen. Sie definieren nicht nur, was ein Unternehmen erreichen will, sondern auch, wo und wie es gewinnen will. Das 4-tägige Strategie-Seminar vermittelt die Denkweisen, Gesetzmässigkeiten, Prozesse und Instrumente eines professionellen strategischen Managements.

Strategische Klarheit schaffen

- ▶ Strategie als zentrale Führungsaufgabe
- ▶ Strategische Weichenstellungen und Prioritäten
- ▶ Marktposition, Wachstum und Unternehmenswert
- ▶ Vom strategischen Denken zur klaren Entscheidung

Der St. Galler Strategieansatz

Gute Strategien bringen komplexe Zusammenhänge auf den Punkt. Dafür braucht es einen strukturierten Prozess, der Markt, Kunden, Wettbewerb, Technologien und eigene Fähigkeiten zu einem schlüssigen Zukunftskonzept verbindet.

- ▶ Strukturierter Prozess der Strategieentwicklung
- ▶ Analyse von Markt, Wettbewerb und eigener Position
- ▶ Strategische Geschäftsfelder und Zukunftsmärkte
- ▶ Entwicklung und Bewertung strategischer Optionen
- ▶ Wachstum, Portfolio und Wertschöpfung
- ▶ Präzise und umsetzbare Strategien

KI als strategischer Sparringspartner

KI eröffnet neue Möglichkeiten, strategische Fragestellungen schneller und aus unterschiedlichen Perspektiven zu bearbeiten. Sie ergänzt Erfahrung und unternehmerische Urteilskraft – ersetzt sie aber nicht.

- ▶ KI-Unterstützung für Früherkennung von Trends, Technologien und Marktveränderungen
- ▶ KI-gestützte Entwicklung und Reflexion strategischer Szenarien
- ▶ Überprüfung von Annahmen, Hypothesen und strategischen Optionen
- ▶ Identifikation blinder Flecken und neuer Perspektiven

Von der Strategie zur Umsetzung

- ▶ Strategische Ziele und klare Prioritäten
- ▶ Verständlichkeit und Akzeptanz der Strategie
- ▶ Ressourcen und Verantwortlichkeiten
- ▶ Umsetzung und strategisches Controlling

Teil 2: Leading Innovation

Technologien, Märkte und Kundenbedürfnisse verändern sich immer schneller. Damit verkürzt sich auch die Lebensdauer bestehender Wettbewerbsvorteile. Die kontinuierliche strategische Erneuerung wird zur zentralen Führungsaufgabe. Der zweite Seminarteil zeigt, wie Innovation systematisch aus der Strategie heraus entwickelt und mit KI wirkungsvoll beschleunigt werden kann. Die Teilnehmenden durchlaufen anhand eines Fallbeispiels den Innovationsprozess von der strategischen Zielsetzung bis zur Umsetzung neuer Geschäftsmöglichkeiten.

Strategische Innovation neu denken

Strategische Innovation schafft die Grundlage für neue Wettbewerbsvorteile. KI erweitert dabei die Möglichkeiten, Chancen frühzeitig zu erkennen, Optionen zu entwickeln und Entscheidungen fundierter zu treffen.

- ▶ Strategische Erneuerung und neue Wettbewerbsvorteile
- ▶ Innovation als Bestandteil der Unternehmensstrategie
- ▶ Möglichkeiten und Grenzen von KI im Innovationsprozess
- ▶ KI als Sparringspartner für Analyse, Kreativität und Entscheidungen

Neue Geschäftsmöglichkeiten mit KI entwickeln

Von der strategischen Zielsetzung bis zur Umsetzung unterstützt KI dabei, neue Geschäftsmöglichkeiten systematisch zu entwickeln, zu prüfen und zu priorisieren.

- ▶ Strategische Ziele und Innovationsfelder
- ▶ Chancen, Risiken und neue Geschäftsmöglichkeiten
- ▶ Entwicklung und Bewertung neuer Geschäftsmodelle
- ▶ KI-gestützte Ideenentwicklung und Validierung
- ▶ Priorisierung von Innovationsvorhaben
- ▶ Transfer erfolgreicher Konzepte in die Umsetzung

Innovationskraft nachhaltig verankern

Nachhaltige Innovationskraft braucht geeignete Strukturen, klare Verantwortlichkeiten und eine Führung, die Erneuerung konsequent fördert.

- ▶ Organisation und Governance von Innovation
- ▶ Steuerung strategischer Innovationsportfolios
- ▶ Innovationsfördernde Strukturen und Arbeitsweisen
- ▶ Führung und Mindset im Zeitalter der KI

Teilnehmerstimmen



«Spannender und umfassender Blick auf das Thema Strategie und Innovation. Praxisnahe Ableitung, Diskussion und Übungen von Innovations-Schritten im Gesamtstrategischen Kontext. Die Nutzung im eigenen Umfeld ist der nächste Schritt.»

«Das Seminar eignet sich sehr gut, die vermittelten Ansätze sofort, praktikabel und einfach umzusetzen. Insbesondere fand ich es super, dass neue Technologien (KI) genutzt und Anwendungstipps gezeigt wurden.»

«Das Seminar hat mir nicht nur Inhalte vermittelt, sondern auch die Beschäftigung und Übertragung auf meine eigenen Themen erleichtert und Ansatzpunkte für eine weitere Entwicklung aufgezeigt.»

«Ein Seminar mit sehr guten praktischen Beispielen, um Innovation langfristig im Unternehmen strategisch einzubinden und diese auch zum Erfolg zu führen.»

«Grossartige Organisation, Informationsvermittlung zeitgemäss und praxisnah. Dozenten verfügen über Breitenwissen und vernetzen gekonnt. Hervorragend!»

«Ich habe meinen geistigen Horizont erweitert - nun kommt walk the talk für Implementierung von Inhalten in die Praxis.»

«Das Seminar war für mich sehr förderlich und ich habe zahlreiche Elemente vertiefen können, deren Anwendung mich bei meiner zukünftigen Tätigkeit unterstützen werden.»

«Top Training auf top Niveau - danke nach St. Gallen!»

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
63127	1. Teil Lenzerheide	18. - 21.01.2027
	2. Teil Wildhaus	19. - 21.04.2027
63227	1. Teil Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil Wildhaus	19. - 21.04.2027
63327	1. Teil Vitznau/Luzern	07. - 10.06.2027
	2. Teil Hallwilersee	11. - 13.10.2027
63427	1. Teil St. Gallen	23. - 26.08.2027
	2. Teil Hallwilersee	11. - 13.10.2027

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

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum18

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Strategie & Change Management Programm

Neue Strategien und Geschäftsmodelle erfordern häufig tiefgreifende Veränderungen. Dieses zweiteilige Management-Programm verbindet Strategie und Change Management – von der strategischen Analyse und Neuausrichtung bis zur erfolgreichen Umsetzung und Transformation.

Konzept

Erfolgreicher Wandel beginnt mit strategischer Klarheit. Teil 1 fokussiert auf die Analyse der Ausgangslage, strategische Zukunftsoptionen und die Entwicklung tragfähiger Strategien. Teil 2 richtet den Blick auf die Umsetzung: Veränderungsprozesse gestalten, Widerstände überwinden und Menschen für neue Ziele gewinnen. Der St. Galler Management-Ansatz verbindet beide Perspektiven zu einem ganzheitlichen Verständnis von Strategie, Transformation und Change.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Strategisches Management

Strategischer Rahmen

- ▶ Aufgaben und Prozess des strategischen Managements
- ▶ Überprüfung und Neuausrichtung bestehender Strategien
- ▶ Strategische Leitplanken und zentrale Initiativen

Strategische Vorausschau mit KI

- ▶ Entwicklung strategischer Szenarien mit KI
- ▶ Überprüfung von Annahmen und Zukunftsbildern
- ▶ Identifikation blinder Flecken und neuer Perspektiven

Die Marktposition der Zukunft

- ▶ Geschäft von heute und morgen
- ▶ Disruption, Substitution und neue Geschäftsmodelle
- ▶ Zukunftspotenziale und Wettbewerbsvorteile

Die strategische Analyse

- ▶ Markt- und Wettbewerbsanalyse
- ▶ Analyse der eigenen Marktposition
- ▶ Kosten-, Ergebnis- und Gewinnposition
- ▶ Strategischer Handlungsbedarf und Zukunftspotenziale

Strategie Design

- ▶ Strategische Optionen entwickeln und bewerten
- ▶ Integrierte und vernetzte Strategien formulieren
- ▶ Notwendige Kurskorrekturen in die Wege leiten

Teil 2: Change Management

Transformation und Change

- ▶ Treiber und Auslöser von Veränderungsprozessen
- ▶ Vom strategischen Handlungsbedarf zum Change-Programm
- ▶ Erfolgsfaktoren wandlungsfähiger Organisationen

Veränderungsprozesse gestalten

- ▶ Change-Architektur und Veränderungsdesign
- ▶ Kulturelle Voraussetzungen für erfolgreichen Wandel
- ▶ Methoden professioneller Veränderungsarbeit

Psychologie des Wandels

- ▶ Widerstände, Unsicherheit und emotionale Dynamiken
- ▶ Gruppendynamik und kollektive Verhaltensmuster
- ▶ Akzeptanz und Bereitschaft für Veränderung

Leadership im Change

- ▶ Rolle und Verantwortung der Führung
- ▶ Kommunikation in Veränderungssituationen
- ▶ Motivation und Mobilisierung für gemeinsame Ziele

KI im Change Management

- ▶ KI als Sparringspartner für Transformation und Change
- ▶ KI-Unterstützung bei Planung und Umsetzung
- ▶ Neue Rollen und Anforderungen im KI-Zeitalter

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
30127	1. Teil	Lenzerheide	18. - 21.01.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	05. - 08.04.2027
30227	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	05. - 08.04.2027
30327	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	Davos	20. - 23.09.2027
30427	1. Teil	Vitznau/Luzern	07. - 10.06.2027
	2. Teil	Davos	20. - 23.09.2027
30527	1. Teil	St. Gallen	23. - 26.08.2027
	2. Teil	Davos	20. - 23.09.2027
30627	1. Teil	St. Gallen	23. - 26.08.2027
	2. Teil	Brunnen	29.11. - 02.12.2027

Seminargebühr*: CHF 9900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum10

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Das Thema Nachhaltigkeitsmanagement (CSR - Corporate Social Responsibility und ESG - Environmental Social Governance) ist für Unternehmen und ihre Manager die Herausforderung des kommenden Jahrzehnts. Das dreitägige Seminar vermittelt Führungskräften mit strategischer Verantwortung die wichtigsten Strategien und Werkzeuge, um mit CSR/ESG die Führungskompetenz nachhaltig zu sichern.

Konzept

Nachhaltigkeitsmanagement ist kein Luxus, sondern Anspruch der Kunden, Mitarbeiter und Investoren. Und auch Teil des Geschäftsmodells der Zukunft, das die Resilienz des Unternehmens sichert. Neben den Verpflichtungen von Seiten der EU hinsichtlich CSRD und CSDDD ist proaktives Nachhaltigkeitsmanagement ein wichtiges Tool des Risikomanagements. All dies proaktiv und effizient in die Geschäftstätigkeit einzubinden und dabei neue Chancen und Risiken rechtzeitig zu erkennen, sichert nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. Indem das Unternehmen seine strategischen Entscheidungen gemäss der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens fällt, kann es den Business Case CSR/ESG nutzen und seine «licence to operate» holen.

Führungskräfte, die dieses Prinzip rechtzeitig in die Unternehmensstrategie und ihre Entscheidungen integrieren, werden ihr Unternehmen erfolgreich in die Zukunft führen. Das Seminar zeigt Wege auf, wie man Nachhaltigkeitsstrategien entwickelt und in das eigene Managementsystem integriert und damit für das Unternehmen optimale Ergebnisse erzielt. Relevante Themenbereiche, Prinzipien und Implementierungsschritte werden dargestellt und ebenso die Frage nach der bestmöglichen Berichterstattung zu Nachhaltigkeit, CSR und ESG beantwortet.

Themenschwerpunkte

Unternehmung & Gesellschaft

- ▶ Unternehmensethik im St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Das Unternehmen und die EU-Herausforderungen für das Compliance Management
- ▶ Die zentralen Nachhaltigkeitsstrategien für das Unternehmen

Nachhaltigkeit als Management-Konzept

- ▶ Die Grundsätze von CSR- und ESG-Systemen
- ▶ Nachhaltigkeit und Unternehmensstrategie
- ▶ Die doppelte Wesentlichkeitsmatrix
- ▶ Der Business Case ‚Nachhaltigkeitsmanagement‘
- ▶ Messen und Bewerten von Nachhaltigkeits-Massnahmen

CSR-/ESG-Prinzipien

- ▶ Transparenz und Verantwortlichkeit
- ▶ Compliance und Standards

Implementierung im Unternehmen

- ▶ Unternehmensstrategien auf Nachhaltigkeit ausrichten
- ▶ Implementierung von Nachhaltigkeits-Programmen
- ▶ Erstellung einer Roadmap zur Implementierung von ESG im Unternehmen
- ▶ Kommunikation der gesetzten Massnahmen

Nachhaltigkeits-Themen im Management

- ▶ Arbeitsbedingungen & Supply Chain Management
- ▶ CO₂ & Klimaerwärmung
- ▶ Korruption & faire Geschäftspraktiken
- ▶ Menschenrechte & Good Governance

Kommunikationsmanagement

- ▶ CSR/ESG und Kommunikation
- ▶ Nachhaltigkeitsberichterstattung
- ▶ Markenmanagement – Glaubwürdigkeit & Vertrauen

Das persönliche CSR/ESG-Wertemanagement

- ▶ Die Rolle des Topmanagement im CSR/ESG-Prozess
- ▶ Entwickeln einer persönlichen Nachhaltigkeits-Landkarte
- ▶ Ressourcen, Strategien, Umsetzungsmöglichkeiten

Teilnehmerstimmen



«Sehr gutes Seminar mit dezidierten Inhalten und Handlungsempfehlungen für die Praxis. Danke an SGMi!»

«Spannende Themen. Es stand genügend Zeit für Fragen und Diskussionen zur Verfügung. Guter Mix der Teilnehmer aus verschiedenen Branchen und Ländern.»

Seminardaten (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
59226	Wildhaus	09. - 11.11.2026
59127	Wildhaus	26. - 28.04.2027
59227	St. Gallen	08. - 10.11.2027

Seminargebühr*: CHF 3900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme12

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Von der strategischen Marktpositionierung zum wirksamen Marketing. Ein 7-tägiges Executive-Programm in zwei Teilen für Führungskräfte, die zentrale Weichenstellungen für Markt, Kunden, Wachstum und Profitabilität verantworten. Teil 1 zeigt, welche strategischen Entscheidungen auf Unternehmens- und Geschäftsebene den Rahmen für erfolgreiches Marketing setzen. Teil 2 konzentriert sich auf modernes Marketing Management und die Frage, wie Marktstrategien in einer digitalen und zunehmend KI-geprägten Welt erfolgreich entwickelt und umgesetzt werden.

Konzept

Marketing ist weit mehr als eine Unternehmensfunktion. Für Executives ist es eine zentrale Führungsaufgabe: Welche Märkte wollen wir bearbeiten? Für welche Kunden schaffen wir welchen Nutzen? Wie positionieren wir uns gegenüber dem Wettbewerb? Und wie entstehen daraus Wachstum und Profitabilität? Viele der wichtigsten Marketingentscheidungen werden deshalb nicht im Marketing allein getroffen, sondern auf Ebene der Unternehmens- und Geschäftsstrategie. Dazu gehören die Definition strategischer Geschäftsfelder, Positionierung und Markenführung ebenso wie Kunden- und Sortimentsstrategien, Preisgestaltung, Vertriebskanäle und Investitionen in Kommunikation und Marktbearbeitung. Das Programm verbindet diese strategischen Weichenstellungen mit den Instrumenten eines modernen Marketing Managements. Die Teilnehmenden erhalten ein fundiertes Verständnis dafür, wie Strategie, Kundenorientierung, Digitalisierung und KI zusammenspielen und wie daraus nachhaltiger Markterfolg entsteht. Das Programm richtet sich nicht nur an Führungskräfte aus Marketing, Verkauf und Vertrieb, sondern an Executives aller Funktionen, die Ergebnisverantwortung tragen und wesentliche Entscheidungen über Markt, Kunden und Wachstum treffen.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Die strategischen Weichen für das Marketing stellen

Marketing beginnt mit strategischen Entscheidungen. Unternehmens- und Geschäftsstrategien definieren den Rahmen für Positionierung, Kundennutzen, Wachstum und Marktbearbeitung. Der St. Galler Strategieansatz zeigt, wie diese Elemente zu einer schlüssigen Gesamtstrategie verbunden werden.

Strategischer Rahmen

- ▶ Strategisches Management als Grundlage des Marketings
- ▶ Vision, Mission, Werte & strategische Positionierung
- ▶ Das Geschäft von heute und morgen
- ▶ Wachstum, Innovation und neue Geschäftsmodelle

Märkte und Geschäftsfelder

- ▶ Strategische Geschäftsfelder und relevante Märkte
- ▶ Kerngeschäft und neue Wachstumsfelder
- ▶ Wettbewerbsvorteile und Differenzierung

KI als strategischer Sparringspartner

- ▶ KI-Unterstützung im Strategieprozess
- ▶ Früherkennung von Trends und Marktveränderungen
- ▶ KI-unterstützte Szenarioarbeit

Von der Analyse zum Strategie-Design und zur Umsetzung

- ▶ Strategische Analyse – Erkennung und Ableitung des Handlungsbedarfs
- ▶ Strategische Optionen – Entwicklung und Bewertung strategischer Alternativen
- ▶ Strategieformulierung – Definition des Zielbilds und der strategischen Stossrichtungen
- ▶ Strategieumsetzung – Konsequente Verankerung der Strategie in der Organisation

Teil 2: Modernes Marketing Management

Die Digitalisierung verändert Märkte, Kundenverhalten und Wettbewerb grundlegend. Gleichzeitig eröffnet KI neue Möglichkeiten für Analyse, Kreativität, Personalisierung und Kundeninteraktion. Erfolgreiches Marketing Management muss diese Entwicklungen verstehen und konsequent für Markt- und Unternehmenserfolg nutzen.

- ▶ Strategisches Marketing
- ▶ Kunden und Customer Experience
- ▶ Digitales und Omnichannel-Marketing
- ▶ KI im Marketing Management
- ▶ Marketing-Innovation

Seminardaten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
64127	1. Teil	Lenzerheide	18. - 21.01.2027
	2. Teil	St. Gallen	26. - 28.04.2027
64227	1. Teil	Vitznau/Luzern	08. - 11.03.2027
	2. Teil	St. Gallen	26. - 28.04.2027
64327	1. Teil	Vitznau/Luzern	07. - 10.06.2027
	2. Teil	St. Gallen	18. - 20.10.2027
64427	1. Teil	St. Gallen	23. - 26.08.2027
	2. Teil	St. Gallen	18. - 20.10.2027

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

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum19

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Finanzen, Controlling

- 76 | St. Galler Finanzmanagement-Seminar
- 78 | St. Galler Finanzprogramm
- 79 | Finanzielle Führung
- 80 | Management-Kompetenz im
Finanz- und Rechnungswesen
- 82 | Controlling für Manager



St. Galler Finanzmanagement-Seminar

Intensiv-Seminar auf Executive- und General-Management-Ebene zu den wichtigsten Aspekten und Trends der finanziellen Steuerung und des Finanzmanagements. Geeignet für

- ▶ Geschäftsführer, Unternehmer, Vorstände, Mitglieder der Geschäftsleitung, Firmeninhaber, Gesellschafter.
- ▶ Leiter/innen von Geschäftsbereichen, bedeutenden Business Units und Profit-Center, Tochtergesellschaften.
- ▶ Führungskräfte und Spezialisten aus Unternehmens- und Finanzplanung.
- ▶ Führungskräfte, die in Kauf, Verkauf sowie Fusion von Unternehmen oder Teilbereichen involviert sind.

Konzept

Jede ergebnisverantwortliche Führungskraft beeinflusst mit ihren Entscheidungen finanzwirtschaftliche Grössen und wird zusätzlich zu strategischen und marktbezogenen Erfolgen an finanzwirtschaftlichen Resultaten gemessen. Aktionäre, Gesellschafter, Bankenvertreter und Analysten erwarten steigende Gewinne, Cash-flow, Free Cash-flow, Eigenkapitalrenditen und bei börsenkotierten Firmen, steigende Aktienkurse und Dividenden. Der Druck auf das Management zwingt so jeden Ergebnisverantwortlichen, die Steuerungsmechanismen und Instrumente des Finanzmanagements zu beherrschen.

Themenschwerpunkte

Finanziellen Überblick schaffen

- ▶ Jahresabschluss und Financial Reports durch Auswahl geeigneter Kennzahlen analysieren
- ▶ Cash-flow-Analyse, Performance-Messung
- ▶ Stimmen Budgetierung, Planung und Controlling?
- ▶ Kosten-/Volumen-/Gewinnanalysen

Steuerungsfaktoren für Gewinn und Rentabilität beherrschen

- ▶ Performance Drivers
- ▶ Gewinn und Rentabilität steigern: Wie vorgehen?
- ▶ Potenziale von KI-gestützten Finanzanalysen

Kostenmanagement

- ▶ Kostentreiber kennen und steuern
- ▶ Mehr Komplexität – mehr Kosten
- ▶ Die strategische Kostenposition definieren

Finanzielle Ziele und Wertsteigerung erreichen

Vom Management wird verlangt, die Interessen der Aktionäre in Form steigender Aktienkurse und höherer Dividenden stärker zu berücksichtigen. Der daraus entstehende Druck auf das Management führt zu einer Gewichtsverlagerung im Zielsystem des Unternehmens. Die Bedeutung der Renditeziele (z. B. Eigenkapitalrendite) steigt.

- ▶ Planung von internem Wachstum bei gleichzeitiger finanzieller Stabilität und Rentabilität
- ▶ Die Shareholder-Value-Logik
- ▶ Optionen zur Steigerung des Shareholder-Values
- ▶ Fallstricke und Grenzen
- ▶ Wirkung des Economic-Value-Added (EVA) Konzeptes

Investitionsanträge prüfen

- ▶ Wie sind Investitionsanträge einzureichen?
- ▶ Wie werden Investitionsanträge geprüft?
- ▶ Gefahren für finanzielle Zielerreichung erkennen
- ▶ Steigerung der Szenario- und Prognosequalität mit KI-Tools

Unternehmensbewertung

- ▶ Auswahl und Bestimmung der relevanten Daten
- ▶ Bewertungsmethoden im Überblick
- ▶ Discounted Cash-flow-Methode (DCF)

Akquisitionen

- ▶ Auswahl und Bewertung von Akquisitionen
- ▶ Akquisitionen als Instrument des Portfolio-Managements
- ▶ Prüfung möglicher Akquisitionskandidaten: Vorgehen
- ▶ Wertberechnung: Methoden und Praxisaspekte

Fusionen

- ▶ Synergien durch Fusionen und Allianzen nutzen
- ▶ Synergieeffekte analysieren, Synergieeffekte bewerten
- ▶ Post-Merger-Syndrom

Restrukturierung und Portfolio-Bereinigung

- ▶ Die Notwendigkeit zur Restrukturierung frühzeitig erkennen
- ▶ Rentable und unrentable Geschäfte erkennen
- ▶ Lebensfähige Unternehmensteile sichern
- ▶ Nicht lebensfähige Unternehmensteile abspalten
- ▶ Ein tragfähiges Restrukturierungskonzept entwickeln
- ▶ Unternehmens-Portfolio und Portfolio-Bereinigung

Sanierung und Turnaround

- ▶ Die Sanierungsfähigkeit belegen
- ▶ Das Sanierungskonzept
- ▶ Den Turnaround schaffen

Downsizing

- ▶ Lieber kleiner, aber rentabel?
- ▶ Redimensionierung als Anpassungsstrategie
- ▶ Redimensionierung als Spezialisierungsstrategie
- ▶ Die soziale Verantwortung wahrnehmen
- ▶ Motivieren trotz Abbauängsten: Handlungsspielräume- und Vorgehen

Finanzierung sicherstellen

- ▶ Konsequenzen strategischer Entscheidungen
- ▶ Alternative Finanzierungskonzepte, Vor- und Nachteile
- ▶ Financial Engineering
- ▶ Finanzierung von neuen Geschäftsmodellen und starkem Umsatzwachstum

Going Public (IPO)/Management Buy-out

- ▶ Grundlagen, Phasen und Meilensteine
- ▶ Kommunikation

Corporate Governance

- ▶ Anforderungen an eine moderne Corporate Governance
- ▶ Zusammenspiel zwischen Management und Aufsichtsorganen/Eignern
- ▶ Richtlinien und Best Practice



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/70

Teilnehmerstimmen



«Hochkarätige Referenten, interessierte Teilnehmer aus verschiedenen Führungspositionen und Branchen. Der Kontakt zur Praxis war gegeben, konzentrierte, anspruchsvolle Themen verständlich erklärt – ich freue mich auf das nächste Seminar!»

«Aufgrund der fachlichen Qualität der Dozenten, des starken Praxisbezugs und der unterschiedlichen Interpretation des europäischen als auch angelsächsischen Ansatzes eines der besten Seminare in der Finanzwelt.»

«Wertvolles Seminar, vor allem durch die vielen gut nachvollziehbaren Beispiele, die die wesentlichen Voraussetzungen plakativ untermauern. Immer sehr interessant und lebendig vorgetragen, nie langatmig. Eines meiner besten Seminare überhaupt. Super!»

«Die Inhalte sind sehr gut aufeinander abgestimmt und vermitteln klare Botschaften. Die Praxisbeispiele werden zu den fachlichen Ausführungen gut platziert. Das Seminar ist ein absolutes Muss für Entscheidungsträger.»

«Das Seminar lehrt anschaulich den Einsatz moderner Kennzahlensysteme im Lichte elementarer kaufmännischer Vernunft. Das ist zeitgemässes Finanzmanagement!»

«Sehr gute Seminarinhalte, die sich zu einem Gesamtkonzept zusammenfügen. Aktuelle Entwicklungen und konkrete Handlungsempfehlungen mit Praxisorientierung machen das Seminar zu einem echten Erfolg.»

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens8

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
73426	St. Gallen	23. - 26.11.2026
73127	Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
73227	Davos	13. - 16.09.2027
73327	St. Gallen	22. - 25.11.2027

Seminargebühr*: CHF 5500.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



St. Galler Finanzprogramm

Das 2-mal 4-tägige «St. Galler Finanzprogramm» vermittelt erfahrenen Führungskräften ein solides Verständnis des modernen «Corporate Finance». Es zeigt, welche Kraft und Erfolgsdynamik in finanziellen Entscheidungen stecken. Es bietet Beispiele zu den Finanzkonzepten weltbesten Unternehmen. Und es erlaubt speziell Führungskräften von nicht Finanzbereichen, ihre eigene finanzielle Führungsverantwortung bewusster und erfolgsgerichteter wahrzunehmen.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Führen mit Kennzahlen

- ▶ Welche Kennzahlen erlauben eine Reduktion der finanziellen Führungsaufgabe auf das Wesentliche?
- ▶ Kennzahlenanalyse

Controlling

- ▶ Was ist zu steuern, um die finanzielle Führung effektiv wahrnehmen zu können?
- ▶ Welche Controlling-Instrumente sind dafür nötig und zeigen sie Abweichungen rechtzeitig auf?
- ▶ Welchen Einfluss hat die Künstliche Intelligenz (KI) auf den Finanzbereich?

Gewinnziele und Gewinnplanung

- ▶ Wie ehrgeizige, aber aus Geschäfts- und Marktlogik abgeleitete und somit plausible Gewinnziele festgelegt werden
- ▶ Hebel und Massnahmen zur Ergebnissteuerung
- ▶ Den auf die Schwankungslogik des Geschäfts abgestimmten Break-even-Punkt vorgeben

Kapitaleinsatz

- ▶ Kapitalbindung als «Rendite-Killer»
- ▶ Kapitaleinsatz als strategischer Wettbewerbsvorteil

Wertschöpfungstiefe

- ▶ In- oder Outsourcing?
- ▶ Kostenvariabilisierung

Liquiditätssteuerung

- ▶ Wie viel Liquiditätsreserve sein muss
- ▶ Instrumente zur Liquiditätssteuerung

Rendite- und Wert-Management

- ▶ Einflussfaktoren auf Rendite und Unternehmenswert
- ▶ Massnahmen zur Rentabilitätssteigerung
- ▶ Massnahmen zur nachhaltigen Unternehmenswertsteigerung

Investitionsrechnung

- ▶ Die wichtigsten Methoden
- ▶ Praxis und Beispiele
- ▶ Prognose- und Szenariounterstützung durch KI

Teil 2

Bewertung von Unternehmen und Unternehmensteilen

- ▶ Die wichtigsten Bewertungsmethoden
- ▶ Vorgehensweise und Fallbeispiele

Mergers & Acquisitions

- ▶ Unternehmen und Unternehmensteile zukaufen
- ▶ Zukauf von Grösse, wirklichen oder vermeintlichen Synergien und Erfahrungseffekten

Kapitalkosten und Finanzierung

- ▶ Berechnung der Kosten des Kapitals
- ▶ Moderne Formen der Finanzierung prüfen
- ▶ Finanzierung innovativer Geschäfte

Sanierung und Turnaround

- ▶ Das Sanierungskonzept
- ▶ Den Turnaround schaffen

Unternehmenswert steigern

- ▶ Möglichkeiten und Grenzen
- ▶ Messgrössen und Konzepte im Sinne des Economic Value-Added-Ansatzes (EVA)

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
45826	1. Teil	Hallwilersee	09. - 12.11.2026
	2. Teil	St. Gallen	23. - 26.11.2026
45926	1. Teil	Hallwilersee	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
45127	1. Teil	Brunnen	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Vitznau/Luzern	12. - 15.04.2027
45227	1. Teil	Vitznau/Luzern	19. - 22.04.2027
	2. Teil	Davos	13. - 16.09.2027
45327	1. Teil	Vitznau/Luzern	21. - 24.06.2027
	2. Teil	Davos	13. - 16.09.2027
45427	1. Teil	Hallwilersee	23. - 26.08.2027
	2. Teil	Davos	13. - 16.09.2027
45527	1. Teil	Hallwilersee	23. - 26.08.2027
	2. Teil	St. Gallen	22. - 25.11.2027

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

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Seminar für Führungskräfte aus allen Bereichen, die keine Spezialisten des Finanz- und Rechnungswesen sind, jedoch für Umsatz-, Gewinn- oder -Renditeziele Verantwortung tragen und Zahlen in Erfolg umwandeln wollen.

Konzept

Finanzwirtschaftliche Resultate sind nicht einfach Grössen, die am Ende des Jahres «unter dem Strich» übrig bleiben. Die finanziellen Ergebnisse eines Unternehmens müssen geplant, aktiv gesteuert und deren Wirkung einem Controlling unterzogen werden. Das Seminar vermittelt systematisches, praxisnahes Wissen über die wichtigen Instrumente der finanziellen Unternehmensführung sowie der Rendite- und Ergebnissteuerung. Übungen und kleinere Fallstudien helfen, die einzelnen Stoffbausteine mit Hilfe von Tools und Simulationen umsetzungsorientiert zu vertiefen und für das eigene Unternehmen nutzbar zu machen.

Teilnehmende des Seminars sind z. B. Ergebnisverantwortliche, Bereichs- und Abteilungsleiter, Profit-Center- und Projekt-leiter sowie Nachwuchsführungskräfte, die sich in einem Intensivtraining die Grundlagen und Zusammenhänge der finanziellen Unternehmensführung systematisch und praxisorientiert aneignen wollen, um ihre Aufgabe besser lösen zu können und in finanzwirtschaftlichen Fragestellungen fundiertes Wissen einbringen können.

Themenschwerpunkte

Finanzielle Führung im Überblick

- ▶ Die finanzielle Führungsaufgabe im Rahmen der ganzheitlichen Unternehmensführung
- ▶ Instrumente und Methoden zur Steuerung von Rendite, Ergebnis, Cash-flow, Liquidität, Shareholder Value
- ▶ Übergeordnete Ziele als Vorgaben

Instrumente zur Steuerung

Wie sind einzelne Instrumente einzusetzen, um die finanziellen Belange eines Unternehmens «im Griff» zu haben?

- ▶ Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnungen und Financial Reports verstehen und nutzen
- ▶ Die Bilanzierungsrichtlinien im Überblick
- ▶ Finanzielle Führung mit Kennzahlensystemen
- ▶ Kennzahlen verstehen und analysieren
- ▶ Mittelflussrechnung (Cash-flow Rechnung)

Renditeorientierung und Renditeoptimierung

Kapitalgeber denken in Renditekategorien. Sie erwarten eine – unter Berücksichtigung des Risikos – angemessene Rendite. So resultieren Vorgaben bezüglich Eigenkapital-Rendite, die für das Management normativen Charakter erhalten.

- ▶ Auswirkungen von Zielsetzungen zur Eigenkapital-Rendite auf unternehmerische Entscheidungen
- ▶ Massnahmen zur Verbesserung von Eigen- und Gesamtkapital-Renditen, Leverage-Effekt

Finanzielle Resultate erbringen

Wer die Verantwortung für ein Unternehmen oder Teile davon trägt, muss Resultate erbringen. Wie werden diese Resultate bewirkt?

- ▶ Liquidität sicherstellen: Wie vorgehen?
- ▶ Gewinn, Cash-flow bzw. Ergebnisbeitrag steigern: Möglichkeiten, Konzepte und schrittweises Vorgehen
- ▶ Rentabilitätsziele erreichen: Einflussfaktoren und zielführende Massnahmen

Planung und Budgetierung

- ▶ Aufbau eines effektiven Planungs- und Budgetierungssystems
- ▶ Harmonisierung von Budget und Strategie
- ▶ Trends in der Budgetierung: Beyond Budgeting, Rollierende Planung und Künstliche Intelligenz

Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen

- ▶ Investitionsplanung
- ▶ Bewertung von Investitionsvorhaben durch Einsatz der wichtigsten Methoden zur Investitionsrechnung sowie Unterstützung durch KI-Tools
- ▶ Statische versus dynamische Investitionsrechnungsmethoden



ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE
Ähnliches Seminar im Online-Format
www.sgeo.ch/de/71

Englischsprachige Durchführungen

Seminar mit ähnlichen Inhalten in englischer Sprache.
Informationen und Daten: www.sgmi.ch/ens09

Deutschsprachige Durchführungen (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
74626	Hallwilersee	09. - 12.11.2026
74127	Brunnen	25. - 28.01.2027
74227	Vitznau/Luzern	19. - 22.04.2027
74327	Vitznau/Luzern	21. - 24.06.2027
74427	Hallwilersee	23. - 26.08.2027
74527	Horn/St. Gallen	27. - 30.09.2027

Seminargebühr*: CHF 4500.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Management-Kompetenz im Finanz- und Rechnungswesen

8-tägiger Lehrgang in 2-mal 4 Tagen für Führungskräfte, die ihre Kompetenz in den wichtigsten Kernthemen des Finanz- und Rechnungswesens steigern und damit über das notwendige Rüstzeug verfügen wollen, um in finanzwirtschaftlichen Fragestellungen die Abhängigkeit von Spezialisten reduzieren zu können.

Konzept

Dieser Lehrgang ist für Führungskräfte aus Executive und General Management-Funktionen, Marketing, Verkauf, Technik, F+E, Produktion oder sonstigen Funktionen konzipiert. Ihnen gemeinsam ist, dass sie finanzielle Pläne und Budgets erstellen, Controlling Reports auswerten und in Massnahmen umsetzen müssen, für Ergebnisbeitrag, Cash-flow oder Rendite ihres Verantwortungsbereichs verantwortlich zeichnen. Sie beantragen Investitionsentscheidungen, beeinflussen Kostenstrukturen und Kapitaleinsatz. Sie sollten Bilanzen sowie Gewinn- und Verlustrechnung verstehen und – last, but not least – wissen, mit welchen Massnahmen finanzielle Ziele wie ROI, EBIT, ROE usw. erreicht werden können. Klar, dass die nötigen Grundlagen, Reports und Zahlen dazu vom dafür ja zuständigen Finanz- und Rechnungswesen/Controlling geliefert werden. Damit alleine ist es jedoch nicht getan. «Liefern» bedeutet nicht, die Verantwortung zu tragen. Die Verantwortung für den finanziellen Erfolg ist einzig und alleine eine Sache der dafür zuständigen Führungskräfte. Sie ist nicht delegierbar und muss auch von Führungskräften ohne profunde Aus- und Weiterbildung in diesem Spezialgebiet wahrgenommen werden. Wir laden Sie ein, Ihre Management-Kompetenz durch diesen kompakten, systematisch aufgebauten Lehrgang weiterzuentwickeln.

Themenschwerpunkte

Teil 1

Die Instrumente des Finanz- und Rechnungswesens

Führungskräfte steuern mit Deckungsbeiträgen und Cash-flow, Investoren und Analysten denken in Rendite- und Shareholder Value-Kategorien.

- ▶ Die wichtigsten Begriffe des Finanz- und Rechnungswesens
- ▶ Zusammenhänge finanzwirtschaftlicher Ziele
- ▶ Instrumente des Finanz- und Rechnungswesens

Bilanzen, Erfolgsrechnungen und Managementreports

Führungskräfte erhalten laufend finanzwirtschaftliche Dossiers: Bilanzen, Erfolgsrechnungen, Managementreports, Controlling-Berichte, Wirtschaftlichkeitsberechnungen usw. In kurzer Zeit sollen das Wesentliche erfasst und die «Zahlen hinter den Zahlen» verstanden worden sein.

- ▶ Bilanzen, Erfolgsrechnungen und Managementreports verstehen
- ▶ Informationsauswertung durch Kennzahlenanalysen
- ▶ Schwachstellen und Ungereimtes rasch erkennen

Aufwand und Erlöse planen

Wer keine Gewinne plant, wird keine erwirtschaften. Ökonomischer Erfolg beginnt mit einer konsistenten Planung von Aufwand und Ertrag. Worauf kommt es an?

- ▶ Die Planung als zentrales Element für Erfolg
- ▶ Strategien, Konzepte und Unternehmensziele in konsistente Pläne überführen
- ▶ Liquidität, Ertragskraft und Renditen planen

Pläne in Budgets überführen

Das Budget und die damit zusammenhängenden Controlling-Berichte und Soll-Ist-Vergleiche gehören zu jenen Führungsinstrumenten, die das Denken und Handeln entscheidend lenken.

- ▶ Der Planungs- und Budgetierungsprozess
- ▶ «Richtige» Budgets als motivierende Leistungsvorgabe
- ▶ Schwachstellen in der Praxis
- ▶ Beyond Budgeting und KI-Systeme

Finanzierung des Geschäfts

Führungskräfte beeinflussen mit ihren Entscheidungen den Finanz- und Kapitalbedarf des Unternehmens.

- ▶ Die Zusammenhänge zwischen strategischen Entscheidungen und der Finanzierung
- ▶ Wieviel Kapital braucht das Unternehmen?
- ▶ Sinnvoll finanzieren: die Möglichkeiten
- ▶ Leverage-Effekt: Weniger Kapitaleinsatz – höhere Rendite?

Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnungen

- ▶ Methoden der Investitionsrechnung
- ▶ Beispiele und Praxis aus Investitionsprojekten
- ▶ Belastbarkeit von Forecasts durch KI erhöhen

Teil 2

Controlling im Überblick

Controlling ist mehr als nur vergangenheitsorientierte «Erbsenzählerei». Zukunftsorientierte Entscheidungen benötigen eine vorwärtsgerichtete Controlling-Kultur, die sich auf die relevanten Informationen stützt und unnötige Zahlensammlungen umgeht.

- ▶ Ganzheitliches Controlling-Verständnis
- ▶ Controlling-Systeme, -Methoden und -Grundbegriffe

Kostenrechnungssysteme

Aus einer Vielzahl von Kostenrechnungssystemen gilt es, die wichtigsten zu verstehen und die daraus gewonnenen Erkenntnisse im Hinblick auf unternehmerische Entscheidungen gezielt und pragmatisch einzusetzen.

- ▶ Zusammenhänge erkennen und verstehen
- ▶ Vollkostenrechnung versus Teilkostenrechnung
- ▶ Einsatz der Deckungsbeitragsrechnung als Basis für Preiskalkulationen
- ▶ Soll-Ist-Vergleiche und Frühwarnsysteme
- ▶ Break-even-Analysen

Gewinnpotenziale erkennen

Gewinnziele sollten nicht einfach auf Basis der Vorjahreswerte bestimmt werden. Die zentrale Frage lautet: Welches Gewinnpotenzial steckt in meinem Geschäft, sofern die Möglichkeiten zur Ergebnisoptimierung genutzt werden?

- ▶ Wie wird das Gewinnpotenzial eines Geschäftes erkannt?
- ▶ Durch welche strategischen und operativen Massnahmen kann das Gewinnpotenzial gesteigert werden?
- ▶ Welche Hebel stehen einer Führungskraft zur Verfügung, um ehrgeizige Gewinnziele zu erreichen?

Neue Geschäftsideen kritisch hinterfragen

Jede neue Geschäftsidee konkurriert mit zahlreichen anderen, die finanziellen Ressourcen sind limitiert. Um die nötigen Mittel zu erhalten, werden Businesspläne und Projektvorschläge erstellt, die kritisch zu hinterfragen sind. Wie geht man dabei vor, um Spreu von Weizen zu trennen?

Unternehmenswert steigern

Anleger und Eigner sind in der Regel nicht primär an Dividenden, sondern an der Wertsteigerung ihrer Aktien und Gesellschaftsanteile interessiert. Die Massnahmen zur nachhaltigen Wertsteigerung unterscheiden sich dabei fundamental von jenen zur kurzfristigen Gewinnmaximierung. Ein verantwortungsbewusstes, an langfristiger Wertsteigerung orientiertes Shareholder Value-Konzept dient allen, Eignern, Management, Mitarbeitern und sonstigen Anspruchsgruppen.



Upgrade Programm durch Anrechnung des Seminars: www.sgmi.ch/smd04

Teilnehmerstimmen



«Nach diesem Programm ist mein Kopf prall gefüllt mit Finanz-Know-How, aber ohne überflüssigen Ballast. Die «Black-Box» der Finanzwelt wurde in diesem Seminar gründlich durchgelüftet. Vielen Dank!»

«Sehr empfehlenswertes Programm rund um das Finanz- und Rechnungswesen in seiner Gesamtheit und unter Berücksichtigung des ganzheitlichen Managementansatzes. Toller Wissenstransfer in die Praxis mit zahlreichen Impulsen für die persönliche Weiterentwicklung.»

«Das Seminar erfüllt vollumfänglich alle Anforderungen und Erwartungen auf einem hohen Niveau.»

«Ich bin vom Seminar begeistert und kann es bedingungslos weiterempfehlen. Die Begeisterung und Freude der Referenten an diesem Thema waren sichtlich spürbar und haben ansteckend gewirkt.»

«Die Dozenten haben es hervorragend verstanden, die vermeintlich trockenen Sachverhalte durch praxisnahe Beispiele zu vermitteln. Eines der besten Seminare, die ich je besucht habe.»

«Unglaublich hilfreiches Seminar. Ein Verständnis für einzelne Parameter, Methoden und Kennzahlen im Rahmen zukünftiger Managementaufgaben aufbauen zu können war das Ziel. Dieses wurde mehr als erfüllt.»

Seminardaten (2 × 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
96626	1. Teil	Hallwilersee	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Hallwilersee	23. - 26.11.2026
96726	1. Teil	Hallwilersee	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Hallwilersee	31.05. - 03.06.2027
96127	1. Teil	Brunnen	25. - 28.01.2027
	2. Teil	Hallwilersee	31.05. - 03.06.2027
96227	1. Teil	Vitznau/Luzern	19. - 22.04.2027
	2. Teil	Hallwilersee	31.05. - 03.06.2027
96327	1. Teil	Vitznau/Luzern	21. - 24.06.2027
	2. Teil	Wildhaus	22. - 25.11.2027
96427	1. Teil	Hallwilersee	23. - 26.08.2027
	2. Teil	Wildhaus	22. - 25.11.2027

Seminargebühr*: CHF 7900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Intensiv-Seminar zu den Grundlagen und Zusammenhängen eines führungsorientierten Controllings für Führungskräfte aus allen Bereichen, Geschäftsführer, Bereichs- und Abteilungsleiter, Profit Center- und Projektleiter.

Konzept

Das Seminar behandelt die wichtigsten Controlling-Themen im Sinne einer systematischen und praxisorientierten Aufbereitung der wesentlichsten Inhalte, um den Teilnehmern das notwendige Wissen und die entsprechende Sicherheit zu geben, ihre Controlling-Aufgaben besser angehen und schliesslich lösen zu können. Dabei liegt der Fokus auf die Vermittlung eines Grundverständnisses der Gesamtzusammenhänge im Controlling zur Absicherung des Unternehmens-, Abteilungs-, Profit Center- oder Projekterfolgs. Durch die vielen inhaltlichen Impulse sollen die Teilnehmer schliesslich ihre Abhängigkeit zu den Spezialisten verringern und damit ihre Position stärken können.

Themenschwerpunkte

Controlling als Problemlösungsansatz und Erfolgsfaktor für Unternehmen

- ▶ Controlling als Teil des ganzheitlichen St. Galler Management-Ansatzes
- ▶ Controlling-Systeme, Controlling-Methoden

Controlling im Sinne der finanziellen Unternehmensführung

- ▶ Einordnung in die finanzielle Führungsverantwortung
- ▶ Aufgaben und Rolle des Controlling
- ▶ Klärung der Grundbegriffe

Betriebliches Rechnungswesen

- ▶ Merkmale, Aufgaben und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnungen
- ▶ Vollkosten- und Teilkostenrechnungen
- ▶ Die Prozesskostenrechnung
- ▶ Kalkulationssysteme mit Grenzkosten und Deckungsbeiträgen
- ▶ Die Management-Erfolgsrechnung
- ▶ Soll-Ist-Vergleiche und Abweichungsanalysen
- ▶ Frühwarnsysteme
- ▶ Break-even-Analysen

Moderne Berichtswesen (Reporting)

- ▶ Management-Informationssysteme (MIS)
- ▶ Integration von KI-Systemen zur Interpretation und Validierung
- ▶ Cockpit-Management

Controlling und Management

- ▶ Organisatorische Aspekte des Controllings
- ▶ Der Controller als Business Consultant
- ▶ Die Führungsrolle des Controllers

Gewinnmanagement

Ergebnisoptimierungsprogramme können an verschiedenen Stellen im Unternehmen angesetzt werden. Systematisch und umfassend werden die Möglichkeiten aufgezeigt, wie aktives Gewinnmanagement auf verschiedenen Unternehmensebenen betrieben werden kann.

- ▶ Der ROI-Stammbaum als Basis für aktives Gewinnmanagement
- ▶ Die vier Hebel zur Gewinnsteigerung
- ▶ Planung von Ergebnissteigerungsprogrammen durch konkrete Massnahmen
- ▶ Szenariorechnungen durch KI unterstützen

Wertorientiertes Controlling

Das Controlling sollte nicht auf den Aspekt der vergangenheitsorientierten Zahlenaufbereitung reduziert werden, sondern einen wichtigen Beitrag an die wertorientierte Unternehmensführung leisten.

- ▶ Unternehmensbewertung als Basis des wertorientierten Controllings
- ▶ Methoden der Unternehmensbewertung
- ▶ Massnahmen zur nachhaltigen Wertsteigerung

Strategisches Controlling

- ▶ Aufbau von strategischen Controlling-Instrumenten
- ▶ Management Cockpit Systeme als Instrument zur Operationalisierung von Strategien
- ▶ Performance Controlling

Seminarerdaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
78226	Hallwilersee	23. - 26.11.2026
78127	Hallwilersee	31.05. - 03.06.2027
78227	Wildhaus	22. - 25.11.2027

Seminargebühr*: CHF 4500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/fuc05

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Marketing, Vertrieb/Sales, Produktmanagement

- 84** | Strategisches Marketing im Zeitalter von KI und Disruption
- 85** | St. Galler Produktmanager-Lehrgang
- 86** | Brand Management-Seminar
- 87** | St. Galler Verkaufsmanagement-Seminar
- 88** | Verkaufs- und Verhandlungskompetenz



Strategisches Marketing im Zeitalter von KI und Disruption

3-tägiges Intensiv-Seminar für Marketingleiter, Kommunikationsverantwortliche sowie marketinginteressierte Führungskräfte zu den aktuellsten Strategien, Frameworks und Entwicklungen im Marketing-Management.

Konzept

Für Unternehmen und Organisationen wird es angesichts zunehmender Umweltdynamik, digitaler Disruption, neuer Plattformlogiken und veränderter Kundenerwartungen immer anspruchsvoller, nachhaltige Wettbewerbsvorteile aufzubauen. Klassische Marketinginstrumente bleiben relevant, müssen jedoch durch digitale Technologien, datenbasierte Entscheidungslogiken und den gezielten Einsatz Künstlicher Intelligenz ergänzt werden. Das Seminar vermittelt einen integrierten Blick auf strategisches Marketing im Zeitalter von KI und Disruption. Die Teilnehmenden lernen, Märkte, Kunden, Wettbewerber und Geschäftsmodelle systematisch zu analysieren, strategische Fenster zu identifizieren und daraus tragfähige Marketingstrategien abzuleiten. Ein besonderer Fokus liegt auf der praktischen Anwendung: KI-Tools, Chatbots und weitere Instrumente werden als Sparringspartner genutzt, um Analysequalität, Kreativität und Geschwindigkeit im Marketing zu erhöhen. KI wird dabei nicht als Selbstzweck verstanden, sondern als Management- und Marketing-Enabler für bessere Entscheidungen, überzeugendere Konzepte und wirkungsvollere Kommunikation.

Themenschwerpunkte

Strategisches Marketing, digitale Transformation und Disruption

- ▶ Konsequenzen für Geschäftsmodelle, Wertketten und Marketing-Strategien
- ▶ KI-Unterstützung als Produktivitäts-, Kreativitäts- und Analysehebel im Marketing-Management
- ▶ KI-Tools, Chatbots und Research-Assistenten als Sparringspartner für Strategie, Analyse und Kommunikation

Holistisches Marketing, PIVOTAL Thinking und Purpose-Driven Strategy

- ▶ Entwicklung von der Produkt- und Verkaufsorientierung zu Relationship Marketing, Marketing 5.0 und PIVOTAL Infinity Marketing
- ▶ Purpose, Triple Bottom Line und nachhaltige Wertschöpfung als strategische Orientierungsgrößen

Strategische Umfeld- und Situationsanalyse

- ▶ Externe Analyse: Makrotrends, Branchenlogiken und relevante Wettbewerbsarenen
- ▶ Interne Analyse: Wettbewerbsdreieck, Value Driver, Cost Driver und relative Wettbewerbsvorteile
- ▶ Portfolio-Logiken zur Priorisierung strategischer Geschäftsfelder

Customer Centricity, Personas und Customer Journey Management

- ▶ Entwicklung belastbarer Personas auf Basis von Bedürfnissen, Verhalten, Motiven und Kontexten
- ▶ Customer Journey Mapping entlang relevanter Touchpoints – online, offline und no-line
- ▶ Customer Process Monitoring zur Identifikation von Pain Points, Chancen und Innovationsfeldern

Jobs-to-be-done, CSI-Value-Chain, Segmentierung

- ▶ Jobs-to-be-done-Logik als Alternative zu rein demografischer Segmentierung
- ▶ CSI-Value-Chain: Challenge – Solution – Impact als Ansatz für zielgruppenspezifische Argumentation
- ▶ Entwicklung von Angeboten, die echte Kundenprobleme lösen und Pull-Effekte erzeugen

STP, Positionierung und strategische Marketingplanung

- ▶ Positionierungsmodelle, Bullseye-Framework und Differenzierung über relevante Kundennutzen
- ▶ Wachstumsoptionen im digitalen Wettbewerb

Digitale Kundenkommunikation, Social Media, Influencer und Content Marketing

- ▶ Integrierte digitale Kundenkommunikation in B2B- und B2C-Märkten
- ▶ Social Media Marketing, Influencer Marketing, Mobile Marketing und Community-Ansätze
- ▶ KI-unterstützte Entwicklung, Bewertung und Optimierung von Content-Ideen, Botschaften und Kampagnen

Change Management und agile Transformationskultur

- ▶ Elemente einer digitalen Transformations- und Marketingkultur
- ▶ Umgang mit Chancen und Risiken neuer Technologien, Plattformen und KI-Anwendungen

Seminarinformationen (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
36226	St. Gallen	02. - 04.11.2026
36127	St. Gallen	26. - 28.04.2027
36227	St. Gallen	18. - 20.10.2027

Seminargebühr*: CHF 3900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum14

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Praxisorientierter Lehrgang in 2 Teilen für

- ▶ Produktverantwortliche, Länderbetreuer, Zielgruppenspezialisten und Fachverantwortliche, die impulsgebende Funktionen für ein Produkt, eine Marke oder eine Produktlinie ausüben.
- ▶ Nachwuchskräfte, die sich umfassende Kompetenzen zum Produktmanagement aneignen wollen.

Konzept

Das moderne Produktmanagement ist eine umfassende Führungsaufgabe. Sie reicht von der Markt- und Konkurrenzanalyse bis zum Verkaufserfolg. Typische Schwerpunktaufgaben eines Produktmanagers in der Innovationsphase einer Marktleistung sind:

- ▶ Analyse von Entwicklungen und Trends im Markt
- ▶ Kreatives Aufspüren von Wachstumsfeldern
- ▶ Analyse und Beobachtung von Konkurrenzaktivitäten
- ▶ Auswertung und Interpretation von Marktdaten
- ▶ Mitwirkung bei Neuentwicklungen und Innovationen mit KI als Sparringspartner
- ▶ Beantragen der notwendigen Investitionen inkl. Wirtschaftlichkeitsberechnung
- ▶ Formulieren der Positionierung und Definieren der strategischen Marketingplanung

Auch bei der Pflege und Optimierung der laufenden Geschäfte fallen vielfältige Aufgaben an:

- ▶ Erarbeitung und Empfehlung von Marketing-Strategien
- ▶ Entwicklung von digitalen Vermarktungs- und Kommunikations-Konzepten
- ▶ Unterstützung beim Customer Journey Mapping entlang von online- und offline-Touchpoints
- ▶ Nutzung von Online-Kanälen wie Social Media, Influencer Marketing und Content Marketing

Nicht selten ist der Produktmanager auch für Umsätze, Deckungsbeiträge oder zumindest Kosten verantwortlich:

- ▶ Steuerung von Umsatz und Gewinn
- ▶ Verkaufs- und Ergebnisanalysen
- ▶ Operatives Controlling

Nur selten aber ist der Produktmanager eine «one man show». Um sich durchzusetzen, braucht er Überzeugungskraft, Verhandlungsgeschick und soziale Kompetenz. Auch diese Themen werden im Lehrgang in konzentrierter Form behandelt.



Upgrade Programm durch Anrechnung des Seminars: www.sgmi.ch/smd03

SGMI Management Institut St. Gallen
www.sgmi.ch

Themenschwerpunkte

Teil 1

Kernidee des Produktmanagements ist, die Anforderungen, Bedürfnisse und Möglichkeiten des Marktes mit dem eigenen Leistungsangebot in ein Gleichgewicht zu bringen, um den Markterfolg ganzheitlich zu steuern.

- ▶ Strategisches Marketingmanagement
- ▶ Digitale Transformation, KI und Disruption
- ▶ Produkt- und Marktstrategien - offline und online
- ▶ Customer Journey und Relationship Marketing
- ▶ Online Marketing und Social Media

Teil 2

Um seine Produktstrategien realisieren zu können, benötigt der Produktmanager finanzielle Steuerungsinstrumente wie auch ein gut geführtes und motiviertes Team.

- ▶ Finanzielle Steuerung und wichtigste Kennzahlen
- ▶ Planung, Budgetierung
- ▶ Investitionen und Wirtschaftlichkeitsberechnungen
- ▶ Die Führungsaufgabe des Produktmanagers
- ▶ Mit Konflikten umgehen

Teilnehmerstimme

«Das Seminar hat mir sehr viele Tools gezeigt, die ich in meiner Rolle als Produktmanager optimal nutzen kann.»

Seminardaten (3 + 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
90127	1. Teil	St. Gallen	26. - 28.04.2027
	2. Teil	Wildhaus	14. - 17.06.2027
90227	1. Teil	St. Gallen	26. - 28.04.2027
	2. Teil	Davos	15. - 18.11.2027
90327	1. Teil	St. Gallen	18. - 20.10.2027
	2. Teil	Davos	15. - 18.11.2027

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailed information, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum06

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Brand Management-Seminar

3-tägiges, praxisbezogenes Seminar für Geschäftsführer, Mitglieder der Geschäftsleitung, Unternehmer, Führungskräfte, die selbst Marken strategisch steuern müssen sowie für Kommunikationsspezialisten und Unternehmensakteure, die im Markenprozess eine wichtige Gestaltungsaufgabe innehaben.

Konzept

Markenarbeit ist ein äusserst strategischer und permanent fordernder Prozess. Einerseits braucht es eine langfristige und zielgruppenrelevante Positionierung, andererseits müssen alle Marketing- und Kommunikationsaktivitäten des Unternehmens ständig überprüft und im Sinne der Marke eingesetzt werden. Das Markenprogramm ist die Basis für eine effektive Kommunikation und ein strategisches Steuerungstool für sämtliche Unternehmensbereiche. Die Teilnehmer/innen sind nach dem Seminar in der Lage, ihre strategische Markenarbeit zu überprüfen, die relevanten Gestaltungselemente der Marke zu erkennen, zu steuern und ihre Massnahmen zu bewerten. Sie lernen, was eine starke Brand ausmacht und zudem, wie man eine solche aufbaut und ihre Umsetzung steuert.

Themenschwerpunkte

Strategisches Brand Management als Konzept

- ▶ Die Marke muss differenzierend zum Wettbewerb und glaubwürdig und relevant für ihre Zielgruppen sein.
- ▶ Die Marke ist mehr als Werbung und Corporate Design – das Markenprogramm definiert den permanenten Einsatz der Kommunikationsinstrumente und -aktivitäten.
- ▶ Trotz der langfristigen Ausrichtung muss das Markenkonzept in regelmässigen Abständen überprüft werden und gegebenenfalls müssen Korrekturen vorgenommen werden.

Markenpositionierung

- ▶ Wie gelangt man zur Identifikation von relevanten und begehrlichen Markeninhalten?
- ▶ Was macht man, wenn Identität und Image nicht übereinstimmen?
- ▶ Wie bleibt das Unternehmen glaubwürdig, wie kann man das Markenversprechen für die Zielgruppe optimal gestalten?
- ▶ Welchen Einfluss hat die Künstliche Intelligenz (KI) auf das Brand Management?

Markenarchitektur

- ▶ Welche Strategieoptionen für die Markenarchitektur gibt es?
- ▶ Wann sollte man die Dachmarke stärken, wann kann dies nachteilig sein?
- ▶ Was ist ein Branded House, was ein House of Brands?
- ▶ Wie werden neue Geschäftsfelder in die Struktur der Marke eingebunden?

Aufbau eines Markenprogramms

- ▶ Corporate Design, Corporate Communications
- ▶ Corporate Behaviour

Kommunikation

- ▶ Was macht manche Logos und Markennamen so einzigartig und einprägsam, während so viele andere in einer breiten Masse verschwinden?
- ▶ Wie soll eine Marke beschaffen sein, die Mitarbeiter und Aktionäre anspricht?
- ▶ Welche Kommunikationsaktivitäten stimmen mit der Marke überein?
- ▶ Wie nah sollten die Kommunikationskonzepte und -kampagnen an den Markenthemen sein? Wann braucht ein Unternehmen imagebildende Kommunikation?
- ▶ Wie verschieden dürfen Unternehmenskultur und Markenpositionierung sein?

Organisation Brand Management

- ▶ Wie kann ein permanenter Abgleich zwischen Geschäftsstrategie und Markenprogramm gewährleistet werden?
- ▶ Welche Aufgaben der Markensteuerung erfolgen zentral, welche Aufgaben sind dezentral organisiert?
- ▶ Welche Prozesse für das Brand Management müssen etabliert werden?
- ▶ Was sind realistische Zeiträume für Markenarbeit, wann empfiehlt sich eine grundsätzliche Überprüfung der Marke?

Monitoring/Kontrolle

- ▶ Zu welchen Anlässen ist ein Markenmonitoring unerlässlich?
- ▶ Welche Marktforschungsinstrumente sind im gegebenen Fall die geeigneten?
- ▶ Was sind zentrale Themen des Markenmonitorings?

Seminarinformationen (3 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
76226	Wildhaus	25. - 27.11.2026
76127	Brunnen	12. - 14.04.2027
76227	Wildhaus	15. - 17.11.2027

Seminargebühr*: CHF 3900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum07

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.

Das Seminar vermittelt modernstes Verkaufsmanagementwissen, untermauert durch viele praktische Übungen und Fallbeispiele für Führungskräfte und Stabsmitarbeiter aus Verkauf, Vertrieb, Marketing, Kunden-, Produkt- und Marktmanagement, Werbung, Marktforschung.

Konzept

Im Verkauf zeigen sich die Qualität der Strategie und die Griffigkeit des Marketingkonzeptes: Kann das, was die Geschäftsleitung will, auch tatsächlich umgesetzt werden? Greift der Kunde jene Marktleistungen, die wir für ihn erdacht haben, begeistert auf? Oder hält er uns für austauschbar und zwingt uns in einen gnadenlosen Preiskampf? Im Verkauf zeigt sich auch, ob unsere Organisationsstrukturen der Kundenlogik entsprechen und unsere Prozesse wirklich den Kunden- und Wettbewerbsanforderungen genügen.

Der Verkauf ist also die Nagelprobe für alle Konzepte: Strategien, Struktur, Prozesse, Führung, finanzielle Steuerung und Marketingkonzepte nützen nichts, wenn der Erfolg im Verkauf nicht stimmt.

Themenschwerpunkte

Verkauf als Teil der ganzheitlichen Unternehmensführung

- ▶ Die Rolle des Verkaufs im Rahmen der Unternehmensführung
- ▶ Verkauf als zentrale Funktion
- ▶ Verkauf als Philosophie
- ▶ Integration des Verkaufs als Bestandteil einer modernen Marketingkultur

Die Verkaufspolitik neu gestalten

- ▶ Vorausschauendes Bewältigen von Strukturwandel, Preiskampf, Verdrängungswettbewerb
- ▶ Entwicklung vom Produktverkäufer zum Anbieter von Servicekonzepten und Problemlösungen
- ▶ Vom Einfachen zum Komplexen
- ▶ Vom Lieferanten zum Systempartner
- ▶ Forcieren der Wertschöpfungsintensität
- ▶ Verkaufserfolg dank Orientierung am Kundennutzen

Die Verkaufsstrategie umsetzen

- ▶ Instrumente und Methoden einer Verkaufsstrategie
- ▶ Kundenbedürfnisse analysieren
- ▶ Marktsegmentierungsmodelle und ihre Bedeutung
- ▶ Portfolio-Management im Verkauf
- ▶ Zentrale Analysen, empirische Erkenntnisse
- ▶ Optionen und Varianten bei der Formulierung der Verkaufsstrategie
- ▶ Erarbeiten der Verkaufsstrategie anhand strukturierter Tools aus der Unternehmensberatungs-Praxis
- ▶ Potenziale der Künstlicher Intelligenz (KI) nutzen und integrieren

Kernelemente eines Verkaufskonzeptes

- ▶ Die Potenziale bestehender Kunden besser nutzen
- ▶ Die gezielte Akquisition von Neukunden ermöglichen
- ▶ Den Verlust an Kundenbeziehungen dank Kundenzufriedenheits-Management möglichst klein halten
- ▶ Online Marketing als zusätzlichen Verkaufskanal einsetzen

Wie wird ein griffiges Verkaufskonzept erarbeitet?

- ▶ Strategische Positionierung eines Produkt-/Marktsegmentes
- ▶ Verkaufsprozess: Von der Marktpräsenz zum Markterfolg
- ▶ Kernkompetenzen und Schlüsselfaktoren im Verkauf
- ▶ Den Verkaufserfolg konzeptionell vorspüren
- ▶ Die Bedeutung der Verkaufsschienen

Key Account Management

- ▶ Die Gesetze eines erfolgreichen Key Account Managements
- ▶ Aufgaben und Methoden des modernen Key Account Managements

Verkaufscontrolling, Verkaufsführung

- ▶ Planung, Budgetierung und Controlling im Verkauf
- ▶ Business-Plan: Das Verkaufskonzept quantifizieren
- ▶ Organisation der Verkaufs- und Vertriebsabteilung: Neue Strukturformen für mehr Schlagkraft am Markt
- ▶ Warum Verkaufskonzepte in der Praxis scheitern
- ▶ Das Implementierungsmodell

Erfolg dank Verkaufsstärke und Kommunikation

- ▶ Power Selling
- ▶ Werbekonzepte im Verkauf
- ▶ Innovative und digitale Kommunikationsstrategien

Seminardaten (4 Tage)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
72326	Luzern	09. - 12.11.2026
72127	D-Berlin	12. - 15.04.2027
72227	Brunnen	30.08. - 02.09.2027
72327	D-Köln	08. - 11.11.2027

Seminargebühr*: CHF 4900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

2-teiliges Programm zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren im Vertrieb. Geeignet für heutige und zukünftige Sales Manager, Vertriebs- und Verkaufsleiter sowie Regional- oder Gebietsleiter mit Umsatzverantwortung. Zudem konzipiert für Vertriebsmitarbeiter und Nachwuchsführungskräfte, die sich eine umfassende Kompetenz zur Vertriebs- und Verhandlungspraxis aneignen wollen.

Konzept

Zum Aufgabenprofil des Verkaufsleiters gehört die Steuerung der Vertriebsaktivitäten von A bis Z: Vom Erfassen der Kundenbedürfnisse, dem Erkennen von Trends, der Analyse des Marktes und des heutigen sowie zukünftigen Wettbewerbs über die Entwicklung und Umsetzung von Vertriebsstrategien bis hin zur Preisgestaltung, zu Kommunikations- und Marketingmassnahmen und zur Marktbearbeitung, oft international oder global, und letztlich zur internen Verkaufsführung und zur Aufbereitung der Ergebnisse mit modernen Führungsinstrumenten. All diese Aspekte des ganzheitlichen Vertriebsmanagements werden im ersten Seminarteil vermittelt.

Im zweiten Seminarteil liegt der Fokus auf den Auf- und Ausbau der Verhandlungskompetenz. Hier lernen Sie die wichtigsten Herangehensweisen und Techniken der erfolgreichen Verhandlungsführung. Dies sowohl aus einer vertriebsorientierten Sicht wie auch aus einer allgemeinen Sicht zu unterschiedlichsten Verhandlungssituationen. Erfahren Sie, wie Sie Ihre Interessen durchsetzen, Win-Win-Situationen schaffen und schwierigen Verhandlungspartnern souverän begegnen. Praxisnahe Übungen und Fallbeispiele helfen Ihnen, Ihre Verhandlungskompetenz zu steigern und nachhaltige Erfolge zu erzielen.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Professionelles Sales Management

- ▶ Die Einordnung des Verkaufsmanagements in die ganzheitliche Unternehmensführung
- ▶ Moderne Ansätze im Sales Management
- ▶ Instrumente und Methoden zur Erstellung einer Verkaufsstrategie
- ▶ Analyse der Kundenbedürfnisse
- ▶ Entwicklung der Verkaufsstrategie mithilfe strukturierter Tools
- ▶ Digitale Verkaufsstrategien und Integration von KI-Werkzeugen
- ▶ Digitale Points of Sale (PoS) als zusätzliche Vertriebskanäle einsetzen
- ▶ Erfolgreiches Key Account Management in der Praxis
- ▶ KAM-Strategien entwickeln und umsetzen
- ▶ Verkaufsführung: Der Sales Manager als Leader
- ▶ Verkaufscontrolling: Steuerung des Vertriebs über Kennzahlen

Teil 2: Erfolgreiche Verhandlungsführung

- ▶ Die Vielschichtigkeit menschlicher Kommunikation
- ▶ Das eigene Gesprächsverhalten erkennen
- ▶ Verhandlungen richtig vorbereiten
- ▶ Tools zur Gesprächsvorbereitung
- ▶ Auf den Verhandlungspartner eingehen
- ▶ Gesprächspartner für eigene Ziele gewinnen
- ▶ Die Gestaltung der Beziehungsebene
- ▶ Mit Fragetechniken lenken
- ▶ Schwierige Verhandlungssituationen meistern
- ▶ Widerstände und Konflikte: Was tun?
- ▶ Win-Win-Situation erreichen und sichern

Teilnehmerstimmen

«Sehr praxisnahes Seminar, das viele Perspektiven bietet und reichlich neue Impulse liefert. Die erlernten Fähigkeiten sind sehr breit einsetzbar und haben daher einen grossen Nutzen für mich.»

Seminaranten (4 + 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
40426	1. Teil	Horn/St. Gallen	02. - 04.11.2026
	2. Teil	Luzern	09. - 12.11.2026
40626	1. Teil	Luzern	09. - 12.11.2026
	2. Teil	Hallwilersee	05. - 07.04.2027
40127	1. Teil	Hallwilersee	05. - 07.04.2027
	2. Teil	D-Berlin	12. - 15.04.2027
40227	1. Teil	Hallwilersee	05. - 07.04.2027
	2. Teil	Brunnen	30.08. - 02.09.2027
40327	1. Teil	D-Berlin	12. - 15.04.2027
	2. Teil	Sempachersee	05. - 07.07.2027
40427	1. Teil	Sempachersee	05. - 07.07.2027
	2. Teil	Brunnen	30.08. - 02.09.2027
40527	1. Teil	Sempachersee	05. - 07.07.2027
	2. Teil	Köln (D)	08. - 11.11.2027

Seminargebühr*: CHF 8500.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detaillinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sum21

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Corporate Programs: Auch als firmeninternes Programm (deutsch/englisch) buchbar.



Certification Programme

- 90 | Aufbau und Konzept
- 91 | Certified CEO Programm St. Gallen
- 92 | Certified Executive Manager Programm St. Gallen
- 93 | Certified Leader Programm St. Gallen
- 94 | Certified General Manager Programm St. Gallen
- 95 | Certified Entrepreneur Programm St. Gallen
- 96 | Certified Business Unit Manager Programm St. Gallen
- 97 | Certified Team Leader Programm St. Gallen
- 98 | Certified Business Development Manager Programm St. Gallen



Aufbau und Konzept

Die Certification Programme des SGMI Management Instituts St. Gallen stellen wirk-same Weiterbildungen für all jene dar, die innert nützlicher Frist und mit einem über-schaubaren zeitlichen Aufwand ein Management Certificate-Abschluss erwerben und so noch gezielter an den Leader-Kompetenzen und der eigenen Karriere arbeiten wollen.

Konzept

Die Anforderungen an Führungskräfte sind enorm ge-stiegen und steigen weiter. Entscheidend ist es, das persönliche Fähigkeitsportfolio mit den Anforderungen der Zukunft und den Karrierezielen in Übereinstimmung zu bringen. Für viele Führungskräfte reicht dabei der Besuch von Management-Seminaren nicht und akademi-sche Programme mit hoher zeitlicher Intensität sind die falsche Wahl. Warum sollen sie sich einem schulischen Programmdiktat unterwerfen? Die praxisnahe Alternative sind die Certification Programme.

Sie richten sich an klar definierte Zielgruppen und bieten aktuelles Wissen über modernes Management. Sie bieten, was Führungskräfte fordern: Exzellente und wirkungsvolle Management-Weiterbildung auf Basis des ganzheitlichen St. Galler Management-Ansatzes und genau für jene Kompetenzen, die für die eigene Karriere oder das Karriereziel benötigt werden.



Die Certification Programme

- ▶ Certified CEO Programm St. Gallen [\(Seite 91\)](#)
- ▶ Certified Executive Manager Programm St. Gallen [\(Seite 92\)](#)
- ▶ Certified Leader Programm St. Gallen [\(Seite 93\)](#)
- ▶ Certified General Manager Programm St. Gallen [\(Seite 94\)](#)
- ▶ Certified Entrepreneur Programm St. Gallen [\(Seite 95\)](#)
- ▶ Certified Business Unit Manager Programm St. Gallen [\(Seite 96\)](#)
- ▶ Certified Team Leader Programm St. Gallen [\(Seite 97\)](#)
- ▶ Certified Business Development Manager Programm St. Gallen [\(Seite 98\)](#)

Aufbau

Voraussetzungen / Anmeldung

Wer verantwortungsvolle Positionen anstrebt, sollte sich gezielt darauf vorbereiten. Die Ausgangslage ist Ihr Karriereziel. Ambitiös, aber realistisch. Abgestimmt auf Ihre Fähigkeiten, Erfahrungen und Stärken. Dazu bringen Sie die Bereitschaft ein, sich weiter zu entwickeln, neues Wissen und neue Kompetenzen aufzubauen.

Seminarmodule

Die Certification Programme bestehen aus jeweils zwei praxisorientierten Management-Seminaren:

- ▶ Seminarmodul 1: 4 Tage
- ▶ Seminarmodul 2: 3 bis 4 Tage

Projektarbeit

Nach Beendigung der Seminarmodule wird das erworbene Wissen und der Lernerfolg im Rahmen einer 1-monatigen praxisorientierten Projektarbeit aus dem eigenen Arbeitsumfeld nachgewiesen. Die ergänzende Wissensvertiefung, die in die Projektarbeit einfließt, sichert das Literaturstudium. Zielsetzung: Theorie und Praxis verbinden, um den Lernerfolg für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen.

Zertifikatsabschluss

Nach erfolgreichem Abschluss des Programmes erhalten die Absolventinnen und Absolventen das «Management Certificate» des SGMI Management Instituts St. Gallen.

Kontakt

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen oder für ein unverbindliches Beratungsgespräch zur Verfügung.

Gilbert Malgiaritta

lic.oec.HSG (Universität St. Gallen)

Executive Director Open Programs

Telefon +41 (0)71 223 50 30 · E-Mail: malgiaritta@sgmi.ch

Dieses Certification Programm vermittelt strukturiertes, praxisnahes Wissen zur erfolgreichen Führung eines Unternehmens. Es zeigt, was eine professionelle Geschäftsführung bedeutet, wie zukunftsweisende Strategien erarbeitet, digitale Geschäftsmodelle geplant, realisiert und durch agiles Leadership gesteuert werden. Es bietet praxisbewährte Instrumente, um aus bestehenden Marktpositionen Markterfolge abzuleiten, neue Marktpositionen aufzubauen, die Herausforderungen aus den digitalen Opportunitäten anzunehmen und dank modernem Führungsverhalten überdurchschnittliche Teamleistungen zu bewirken.

Konzept

Der Geschäftsführer eines Unternehmens leitet eine eigene juristische Einheit, alleine oder zusammen mit anderen Geschäftsführern. Er ist dem Vorstand der Muttergesellschaft, dem CEO oder direkt dem Verwaltungsrat unterstellt und für die Umsetzung der Strategie, des Businessplans und der vereinbarten Ziele verantwortlich. Dieses Unterstellungsverhältnis mit der Konsequenz, dass zentrale Entscheidungen oft «oben» getroffen werden, darf jedoch nicht dazu führen, dass der Geschäftsführer zum reinen Ausführungsorgan wird und die ihm gesetzlich zugewiesenen oder durch das Geschäftsführungsreglement zugestandenen Verantwortungen nicht wahrnimmt.

Certified CEO Programm St. Gallen

Wer in seiner Laufbahnplanung die Funktion des CEO's respektive des/der Geschäftsführers/in anstrebt, baut mit diesem Programm unabdingbare Managementkompetenz dafür auf.

Zeitlich flexibel, berufsbegleitend

Das berufsbegleitende Programm besteht aus einer Kombination von zwei Seminarmodulen, die im Verlauf von 6 bis 12 Monaten besucht werden können. Der Lernerfolg wird anschliessend durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind möglich.

Projektarbeit

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Wissensstoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können. Dabei schlagen sie selber ein praxisorientiertes Thema aus dem eigenen beruflichen Umfeld vor und stimmen dieses mit der SGMI Studienbetreuung ab. Die Projektarbeit soll einen Umfang von 30-50 Seiten aufweisen und durch Erkenntnisse aus dem Literaturstudium ergänzt werden. Zielsetzung: Verbindung von Theorie & Praxis, um den Lernerfolg auch für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen.

Zertifikatsabschluss

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «CEO- und Geschäftsführer/in Certification Programms St. Gallen» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

Themenschwerpunkte

Seminarmodul 1: Executive Management (4 Tage)

- ▶ Ganzheitliche Unternehmensführung nach dem St. Galler Management-Ansatz
- ▶ Erfolgsfaktoren der Strategiearbeit kennen und anwenden
- ▶ Strategien systematisch und datenbasiert entwickeln
- ▶ KI als Werkzeug für Zukunftsanalysen und Managemententscheidungen nutzen
- ▶ Führungskompetenz in Kommunikation und Rhetorik stärken
- ▶ Finanzmanagement und wertorientierte Unternehmenssteuerung

Seminarmodul 2: High Performance Leadership (3 Tage)

- ▶ Höchstleistungen dank Leadership
- ▶ Aufbau und Pflege einer positiven Leadership-Kultur
- ▶ Kreation eines «Winning Spirits»
- ▶ Mobilisierung von Teams
- ▶ Kommunikation als Leader im Team
- ▶ Voraussetzungen für High Performance Teams
- ▶ Definition einer klaren Vision
- ▶ Persönliche Motivation
- ▶ Verantwortung für sein eigenes Tun übernehmen
- ▶ Selbstreflexion und kontinuierliche persönliche Weiterentwicklung
- ▶ Stressmanagement und Resilienz

Daten (4 + 3 Tage + Projektarbeit)

Die aktuellen Durchführungsdaten finden Sie auf der SGMI Website unter: **www.sgmi.ch/cps10**

Studiengebühr*:

CHF 11 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Certified Executive Manager Programm St. Gallen

Wer ins Executive Management aufsteigen will, sucht die Verantwortung für Ergebnisse. Operativ wie strategisch. Dies mit dem Ziel, ein Profit Center, einen Geschäftsbereich, innovative Projekte oder eine grosse Abteilung eigenständig und resultatorientiert zu führen. Executive Manager sind Leistungsträger. Ihnen obliegt es, einen entscheidenden Beitrag an das Erreichen der Unternehmensziele beizusteuern. Dieses Certification Programm unterstützt Sie dabei.

Konzept

Im Rahmen der operativen Ebene tragen Executive Manager Führungs-, Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Budgetvereinbarungen, laufende Ergebnisdiskussionen mit den Abteilungsleitern, aber auch aktive Kundenbetreuung und Akquisition grosser Kunden oder Aufträge gehören zu dieser Funktion. Auf der strategischen Ebene engagieren sie sich für die Sicherung der bestehenden Marktposition, für den Ausbau der Marktanteile, das Gewinnen neuer Kunden und für die Expansion in neue Zielgruppen, geografische Märkte und digitale Kanäle. Sie verstehen es, neue Geschäftspotenziale zu erkennen und dank Innovationen zu nutzen. Sie betreiben aktives Business Development und erschliessen neue Märkte. Dies alles unter Beachtung der Ergebnis- und Rentabilitätsziele und mit einem motivierenden, modernen Gesetzen der Führungslehre entsprechenden Kommunikations-Verhaltenen.

Certified Executive Manager Programm St. Gallen

Das berufsbegleitend absolvierbare Certification Programm qualifiziert für den Aufstieg in Executive Funktionen in Unternehmen und Institutionen aller Art und Branchen.

Zeitlich flexibel, berufsbegleitend

Das Programm besteht aus einer Kombination von zwei Seminarmodulen, die im Verlauf von 6 bis 12 Monaten besucht werden können. Der Lernerfolg wird anschliessend durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind möglich.

Projektarbeit

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Wissensstoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können. Dabei schlagen sie selber ein praxisorientiertes Thema aus dem eigenen beruflichen Umfeld vor und stimmen dieses mit der SGMI Studienbetreuung ab. Die Projektarbeit soll einen Umfang von 30-50 Seiten aufweisen und durch Erkenntnisse aus dem Literaturstudium ergänzt werden. Zielsetzung: Verbindung von Theorie & Praxis, um den Lernerfolg auch für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen.

Zertifikatsabschluss

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Executive Certification Programm St. Gallen» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

Themenschwerpunkte

Seminarmodul 1: General Management für Executives (4 Tage)

- ▶ Strategisches Management im Wandel
- ▶ Unternehmenspolitische Leitplanken
- ▶ Corporate Strategy
- ▶ KI als strategischer Sparringspartner
- ▶ Markttrends und Disruptionen datenbasiert erkennen und nutzen
- ▶ Strategische, qualitative und quantitative Szenario-bewertung
- ▶ Identität, Positionierung und Unique Selling Proposition (USP)
- ▶ Innovations- und Serviceführerschaft
- ▶ Die Kommunikationsaufgabe des Executive Managers
- ▶ Die Shareholder Value-Logik
- ▶ Moderne Finanzsteuerung

Seminarmodul 2: Leadership für Executives (4 Tage)

- ▶ Der St. Galler Leadership-Ansatz
- ▶ Das Idealbild einer Führungskraft
- ▶ Die eigenen Stärken nutzen
- ▶ Glaubwürdigkeit und Authentizität
- ▶ Das Führungsverhalten des Leaders
- ▶ Leadership in Zeiten von hybriden und digitalisierten Arbeitswelten
- ▶ Motivation und Teamführung
- ▶ Kommunikation als Erfolgsfaktor, insbesondere auch in schwierigen Situationen

Daten (2 × 4 Tage + Projektarbeit)

Die aktuellen Durchführungsdaten finden Sie auf der SGMI Website unter: **www.sgmi.ch/cps11**

Studiengebühr*:

CHF 11 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Ziel dieses Certification Programmes ist es, im Verlauf von 6 bis 12 Monaten Führungskräften ein umfassendes Leadership-Verständnis zu vermitteln. Die Themenschwerpunkte liegen dabei einerseits in der Weiterentwicklung der Führungskompetenz und andererseits in der Stärkung der eigenen Leadership-Persönlichkeit.

Konzept

Eine starke Führungspersönlichkeit zeichnet sich durch die Fähigkeit aus, Visionen zu entwickeln, klare Ziele zu setzen und Menschen zu inspirieren, diese Ziele zu erreichen. Effektive Führungskräfte besitzen nicht nur fachliche Expertise, sondern auch soziale und emotionale Intelligenz, die es ihnen ermöglicht, Teams erfolgreich zu leiten und ein motivierendes Klima zu fördern. Sowohl der Auf- und Ausbau der eigenen Leadership-Kompetenz wie auch die stetige Arbeit an der eigenen Führungspersönlichkeit spielen eine zentrale Rolle beim Ausbau dieser Fähigkeit. Dabei sollen nicht nur bewährte Konzepte aus der Führungslehre berücksichtigt werden, sondern auch moderne Wege des Leaderships gegangen werden. Dazu gehören der Mut, die eigenen Sichtweisen auf den Prüfstand zu stellen wie auch die Bereitschaft, das eigenen Führungsverhalten anhand modernster Erkenntnisse aus Forschung und Praxis zu reflektieren. Parallel dazu geht es auch darum, dass moderne Führungskräfte ein gesundes Mass an Selbstbewusstsein, Gelassenheit und Resilienz an den Tag legen können, um in schwierigen Situationen souverän zu handeln und Veränderungen effektiv zu steuern. Der Leader steht also mannigfaltigen Herausforderungen gegenüber, die er gekonnt wahrnehmen und managen muss. Dieses Certification Programm liefert die Basis dazu.

Certified Leader Programm St. Gallen

Teilnehmende qualifizieren sich durch dieses Programm mit einem Zertifikatsabschluss und sind dadurch in der Lage, ihre Führungsverantwortung anhand von modernstem Leadership Know-how ganzheitlich wahrnehmen zu können.

Zeitlich flexibel, berufsbegleitend

Das berufsbegleitende Programm besteht aus einer Kombination von zwei Seminarmodulen, die im Verlauf von 6 bis 12 Monaten besucht werden können. Der Lernerfolg wird anschliessend durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind möglich.

Projektarbeit

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Wissensstoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können. Dabei schlagen sie selber ein praxisorientiertes Thema aus dem eigenen beruflichen Umfeld vor und stimmen dieses mit der SGMI Studienbetreuung ab. Die Projektarbeit soll einen

Umfang von 30-50 Seiten aufweisen und durch Erkenntnisse aus dem Literaturstudium ergänzt werden.

Zielsetzung: Verbindung von Theorie & Praxis, um den Lernerfolg auch für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen.

Zertifikatsabschluss

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Leader Certification Programm St. Gallen» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

Themenschwerpunkte

Seminarmodul 1: Führung und Führungsleistung (4 Tage)

- ▶ Wichtige Erkenntnis vorweg: Führung ist erlernbar
- ▶ Die handwerklichen Regeln des Leadership
- ▶ Idealtypische Führungsstile
- ▶ Fokussierung auf eigene Stärken und spezifische Kernkompetenzen
- ▶ Authentisches und souveränes Führen
- ▶ Glaubwürdigkeit als Basis für Vertrauen und Motivation
- ▶ Vermeidung von klassischen Führungsfehlern
- ▶ Motivationsarbeit auf Basis von Wertesystemen
- ▶ Die Rolle der Agilität und Intuition im Führungsalltag
- ▶ Gute und richtige Kommunikation
- ▶ Führungsverhalten in hybriden und digitalen Arbeitsmodellen

Seminarmodul 2: Personal Leadership (3 Tage)

- ▶ Der Leader als Manager
- ▶ Der Leader als Coach
- ▶ Der Leader als Kundenbetreuer
- ▶ Der Leader als Führungspersönlichkeit
- ▶ Paradigmenwechsel zur Förderung von Offenheit
- ▶ Reflexion des eigenen Führungsverständnisses
- ▶ Delegations- und Motivationsverhalten
- ▶ Persönliche Leitsätze des Leaderships
- ▶ Life Balance, Resilienz und Stressmanagement
- ▶ Bedeutung von Teamarbeit für Spitzenleistungen
- ▶ Tools und Techniken für die Praxis

Daten (4 + 3 Tage + Projektarbeit)

Die aktuellen Durchführungsdaten finden Sie auf der SGMI Website unter: **www.sgmi.ch/cps16**

Studiengebühr*:

CHF 10 900.- (zzgl. 8.1% MWST)

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Certified General Manager Programm St. Gallen

Das Certification Programm vermittelt im Verlauf von 6 bis 12 Monaten umfassendes Wissen zu den zentralen Themen eines professionellen Managements und qualifiziert für die Übernahme einer General Management-Funktion.

Konzept

Der berufliche Aufstieg in eine Funktion mit General Management-Verantwortung setzt ein ganzheitliches Management-Verständnis voraus. Zusätzlich zu den bereits vorhandenen Fähigkeiten des Spezialisten wird ein profundes Wissen über das Funktionieren moderner Organisationen benötigt. Die Gesetzmässigkeiten und Wirkungsmechanismen für professionelles Management müssen in das Entscheidungs- und Führungsverhalten einfließen. Moderne Management-Methoden und Instrumente müssen zum selbstverständlichen «Handwerkszeug» des General Managers werden. Fachliche Lücken sind zu schliessen: Der Ingenieur erkennt die Möglichkeit des Marketings. Der Biologe lernt, landesspezifische Strategien und Verkaufskonzepte zu beurteilen. Der Verkaufsleiter versteht die Zusammenhänge zwischen Marktanteilen, Umsatzwachstum, Kapitalintensität und Rentabilität. Und alle zusammen erkennen, wie schwierig es ist, Veränderungen nicht nur zu planen, sondern effektiv durchzusetzen und was es bedeutet, Menschen in eine bestimmte Richtung zu führen und gemeinsam im Team erstklassige Resultate zu erreichen.

Certified General Manager Programm St. Gallen

Mit dieser berufsbegleitenden Weiterbildung wird der praxisnahe Grundstein zur Ausübung von General Management-Funktionen gelegt.

Zeitlich flexibel, berufsbegleitend

Das Programm besteht aus einer Kombination von zwei Seminarmodulen, die im Verlauf von 6 bis 12 Monaten besucht werden können. Der Lernerfolg wird anschliessend durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit nachgewiesen. Zeitliche UmDispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind möglich.

Projektarbeit

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Wissensstoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können. Dabei schlagen sie selber ein praxisorientiertes Thema aus dem eigenen beruflichen Umfeld vor und stimmen dieses mit der SGMI Studienbetreuung ab. Die Projektarbeit soll einen Umfang von 30-50 Seiten aufweisen und durch Erkenntnisse aus dem Literaturstudium ergänzt werden. Zielsetzung: Verbindung von Theorie & Praxis, um den Lernerfolg auch für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen.

Zertifikatsabschluss

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «General Management Certification Programm St. Gallen» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

Themenschwerpunkte

Seminarmodul 1:

General Management (4 Tage)

- ▶ Zentrale unternehmerische Entscheidungen
- ▶ Vernetztes Denken zur strategischen Steuerung eines Unternehmens
- ▶ Der Prozess der Strategieentwicklung
- ▶ Methoden und KI-Instrumente zur Business Excellence
- ▶ Markterfolg, Positionierung, Marktbearbeitung
- ▶ Shareholder Value und Erfolgssteuerung
- ▶ Messung der finanziellen Performance
- ▶ Finanzinstrumente und Reportings
- ▶ Leadership entwickeln und fördern
- ▶ Teams führen und motivieren
- ▶ Kommunikations- und Konfliktfähigkeit entwickeln
- ▶ Spitzenleistungen verlangen und ermöglichen

Seminarmodul 2:

Strategisches Digital Marketing (3 Tage)

- ▶ Die Rolle des Marketings im digitalen Zeitalter
- ▶ Umsetzung von Business Strategien über Multi-Channel Marketing
- ▶ Die wichtigsten Trends im Marketing Management
- ▶ Personalisierung und datengetriebenes Marketing
- ▶ Customer Centricity & Customer Journey Marketing
- ▶ KI-Unterstützung im Marketing
- ▶ Content Marketing Strategien
- ▶ Integrierte Kundenkommunikation
- ▶ Social Media und Influencer Marketing
- ▶ Implementierung von digitalen Marketingkampagnen
- ▶ Aufbau einer digitalen und agilen Transformationskultur

Daten (4 + 3 Tage + Projektarbeit)

Die aktuellen Durchführungsdaten finden Sie auf der SGMI Website unter: **www.sgmi.ch/cps12**

Studiengebühr*:

CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Mit diesem Certification Programm werden aus hochtalentierten Mitarbeitenden unternehmerisch denkende und fachkundige Führungskräfte, die mit Pionier- und Aufbau-funktionen beauftragt werden können.

Konzept

Unternehmerpersönlichkeiten braucht jede Organisation. Meist hat man eher zu wenig als zu viele von ihnen. Das Resultat: Viele gute Geschäftsideen können nicht genutzt werden, weil personelle Kompetenz im laufenden Geschäft gebunden ist und keine Entrepreneure für die neuen Aufgaben vorhanden sind. Wer in unserer schnelllebigen Zeit erst mit der Suche nach professionellen Ressourcen beginnt, wenn eine Aufbaustrategie erarbeitet und verabschiedet ist, verliert wertvolle Zeit. Anstatt mit Hochdruck das Projekt zu starten, muss am Arbeitsmarkt gesucht und selektioniert werden, mit der Einarbeitungszeit geht dann weitere wertvolle Zeit verloren. Erfolgreiche Unternehmen investieren daher vorausschauend in ihre Entrepreneure. Sie identifizieren mögliche Unternehmer-Persönlichkeiten aus einem Kreis von «High Potentials» und sorgen frühzeitig für einen «Stand-by-Pool» an dynamischen Nachwuchs-Managern, die auf ihre Bewährungschancen warten. Kommt dann diese Chance – und meist kommt sie plötzlich – so gilt es, optimal darauf vorbereitet zu sein und die Rolle des Entrepreneurs mit aller Kompetenz einnehmen zu können.

Certified Entrepreneur Programm St. Gallen

Berufsbegleitendes Zertifikatsprogramm mit dem Ziel, die Entrepreneurship-Kompetenz aufzubauen und unternehmerisches Denken zu fördern.

Zeitlich flexibel, berufsbegleitend

Das berufsbegleitende Programm besteht aus einer Kombination von zwei Seminarmodulen, die im Verlauf von 6 bis 12 Monaten besucht werden können. Der Lernerfolg wird anschliessend durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind möglich.

Projektarbeit

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Wissensstoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können. Dabei schlagen sie selber ein praxisorientiertes Thema aus dem eigenen beruflichen Umfeld vor und stimmen dieses mit der SGMI Studienbetreuung ab. Die Projektarbeit soll einen Umfang von 30-50 Seiten aufweisen und durch Erkenntnisse aus dem Literaturstudium ergänzt werden. Zielsetzung: Verbindung von Theorie & Praxis, um den Lernerfolg auch für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen.

Zertifikatsabschluss

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Entrepreneur Certification Programm St. Gallen» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

Themenschwerpunkte

Seminarmodul 1:

Unternehmerische Kompetenz (4 Tage)

- ▶ Ganzheitliches Denken als unternehmerische Kompetenz
- ▶ Das St. Galler Management-Konzept
- ▶ Monitoring, Vision, Innovation
- ▶ Die richtige Strategie als Basis für den Erfolg
- ▶ Segmentierung in strategische Geschäftsfelder
- ▶ Der sinnvolle Einsatz von KI-Tools im Strategieentwicklungsprozess
- ▶ Strategien erfolgreich implementieren
- ▶ Ergebnisse optimieren
- ▶ Finanzkennzahlen als Entscheidungsgrundlage
- ▶ Controlling im Sinne von lenken, steuern und regeln
- ▶ Moderne Führungsinstrumente zur Steuerung
- ▶ Freiräume schaffen durch Förderung von Selbstorganisation
- ▶ Leaderqualitäten als Basis für Unternehmertum

Seminarmodul 2:

Verhandlungskompetenz (3 Tage)

- ▶ Die wichtigsten Verhandlungstheorien
- ▶ Das Phasenmodell der Verhandlungsführung
- ▶ Aktives Zuhören und effektive Gesprächsführung
- ▶ Aufbau von Vertrauen und positiver Beziehungen
- ▶ Verbale und non-verbale Kommunikationstechniken
- ▶ Techniken der Argumentation und Überzeugung
- ▶ Ziel: Mehrwert für alle Parteien erreichen
- ▶ Verhandlungssituationen und Beispiele aus der Praxis
- ▶ Umgang mit schwierigen Verhandlungspartnern
- ▶ Verhandlungstechnik an konkreten Fällen üben
- ▶ Reflexion und kontinuierliche Verbesserung

Daten (4 + 3 Tage + Projektarbeit)

Die aktuellen Durchführungsdaten finden Sie auf der SGMI Website unter: **www.sgmi.ch/cps13**

Studiengebühr*:

CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Certified Business Unit Manager Programm St. Gallen

Das Certification Programm vermittelt im Verlauf von 6 bis 12 Monaten berufsbegleitend jene Wissensbestandteile, die nötig sind, um einen Bereich, bestehend aus Abteilungen und Teams, ganzheitlich und resultatorientiert führen zu können.

Konzept

Wer mit der Leitung eines Bereichs beauftragt wird, übernimmt eine bedeutende Funktion: Nur wenn der Bereich als Teil des Ganzen verstanden und geführt wird, kann er zur Gesamtleistung der Unternehmung beitragen. Effektive Bereichsmanager sind somit besonders gefordert:

Als Spezialisten und Fachverantwortliche optimieren sie ihr Spezialgebiet, als Generalisten denken sie prozessorientiert und ermöglichen Kundennähe, Kosteneffizienz, Schnelligkeit, Transparenz und Führbarkeit sowie die Umsetzung der von der Geschäftsleitung vorgegebenen Strategien. Wirkungsvolle Bereichsleiter vermeiden Reivierdenken. Sie grenzen nicht ab, sondern integrieren ihren Bereich in das gesamte Wirkungsgefüge. Sie optimieren laufend Produktivität und Kosten, steuern die Zufriedenheit der internen und externen Kunden, bauen neue Mitarbeiter auf und führen situativ, weit oder eng, mit Freiraum oder straffer Kontrolle. Ihre unternehmerische Grundhaltung entspringt einem klaren Rollenverständnis: Sie sind es, die aus Konzepten und Plänen konkrete Resultate werden lassen. Sie sind am Ort des Geschehens, wo es darauf ankommt, Fähigkeiten und Wettbewerbsvorteile in Produktivität und Kundennutzen zu transferieren.

Certified Business Unit Manager Programm St. Gallen
Programm mit Zertifikatsabschluss und dem Ziel, die ganzheitliche Management-Kompetenz zur Wahrnehmung einer Bereichsverantwortung zu erlangen.

Zeitlich flexibel, berufsbegleitend

Das Programm besteht aus einer Kombination von zwei Seminarmodulen, die im Verlauf von 6 bis 12 Monaten besucht werden können. Der Lernerfolg wird anschliessend durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind möglich.

Projektarbeit

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Wissensstoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können. Dabei schlagen sie selber ein praxisorientiertes Thema aus dem eigenen beruflichen Umfeld vor und stimmen dieses mit der SGMI Studienbetreuung ab. Die Projektarbeit soll einen Umfang von 30-50 Seiten aufweisen und durch Erkenntnisse aus dem Literaturstudium ergänzt werden.

Zielsetzung: Verbindung von Theorie & Praxis, um den Lernerfolg auch für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen.

Zertifikatsabschluss

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Bereichsleiter/in Certification Programm St. Gallen» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

Themenschwerpunkte

Seminarmodul 1: General Management I (4 Tage)

- ▶ Ganzheitliche Unternehmensführung
- ▶ Methoden, Konzepte und Rezepte auf dem Prüfstand
- ▶ Instrumente zum Erkennen des strategischen Handlungsbedarfs
- ▶ Entwickeln und Bewerten von strategischen Optionen
- ▶ Schrittweises Vorgehen zum Formulieren von erfolgsversprechenden Strategien
- ▶ Implementierungskonzepte
- ▶ Resultate dank effektivem Umsetzungsmanagement
- ▶ Auswirkungen von KI auf Führung und Management
- ▶ KI-gestützte Management-Instrumente
- ▶ Datenbasierte Entscheidungsfindung
- ▶ Erfolgreiche KI-Integration in die Führungspraxis

Seminarmodul 2: General Management II (4 Tage)

- ▶ Entwicklung zu einer erfolgreichen Führungskraft
- ▶ Kommunikative Kompetenz
- ▶ Teams zum Erfolg führen
- ▶ Konfliktmanagement
- ▶ Motivation und Höchstleistungen
- ▶ Mitarbeiter entwickeln und beurteilen
- ▶ Führen mit Kennzahlen
- ▶ Ergebnis-, Rentabilitäts- und Liquiditätssteuerung
- ▶ Methoden des Renditemanagements und der Effizienzsteigerung
- ▶ Planung & Budgetierung
- ▶ Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnungen

Daten (2 × 4 Tage + Projektarbeit)

Die aktuellen Durchführungsdaten finden Sie auf der SGMI Website unter: **www.sgmi.ch/cps14**

Studiengebühr*:

CHF 9900.– (zzgl. 8.1% MWST)

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Sie sind eine Nachwuchskraft. Ihr berufliches Ziel: Die Leitung eines Teams. Dieses Certification Programm befähigt Sie dazu.

Konzept

Als Teamleiter/in werden Sie zur Führungskraft. Sie sind dann nicht mehr primär nur für Ihre eigene Leistung und Produktivität verantwortlich. Ins Zentrum der Performance-Messung rückt viel mehr die Frage, welchen Beitrag an die Zielvereinbarung Sie mit Ihrem gesamten Team als organisatorische Einheit bewirken. Führung wird somit zu Ihrem Beruf.

Wie in jedem Beruf setzt auch dieser gewisse Kenntnisse und Fähigkeiten voraus. Man kann diese verteilt auf viele Jahre, durch eigene Erfahrungen erlernen. Weitaus effektiver ist es jedoch, sich das vorhandene Wissen über die Gesetzmässigkeiten für Führung und Leistung durch eine praxisbezogene Weiterbildung zu erwerben.

So lernen Sie, die Wirkungsmechanismen für unternehmerischen Erfolg zu verstehen und zu steuern; Sie lernen, ein Team zusammenzustellen und auf gemeinsame Ziele und Resultate auszurichten. Sie wenden die wichtigen Instrumente und Methoden der Führung an und wachsen Schritt für Schritt in Ihre Rolle als Führungskraft hinein.

Certified Team Leader Programm St. Gallen

Mit diesem Certification Programm qualifizieren Sie sich zur Übernahme einer Funktion als Teamleiter/in.

Zeitlich flexibel, berufsbegleitend

Das berufsbegleitende Programm besteht aus einer Kombination von zwei Seminarmodulen, die im Verlauf von 6 bis 12 Monaten besucht werden können. Der Lernerfolg wird anschliessend durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind möglich.

Projektarbeit

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Wissensstoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können. Dabei schlagen sie selber ein praxisorientiertes Thema aus dem eigenen beruflichen Umfeld vor und stimmen dieses mit der SGMI Studienbetreuung ab. Die Projektarbeit soll einen Umfang von 30-50 Seiten aufweisen und durch Erkenntnisse aus dem Literaturstudium ergänzt werden. Zielsetzung: Verbindung von Theorie & Praxis, um den Lernerfolg auch für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen.

Zertifikatsabschluss

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Teamleiter/in Certification Programm St. Gallen» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

Themenschwerpunkte

Seminarmodul 1: Führung von Mitarbeitenden und Teams (4 Tage)

- ▶ Grundlagen der Motivations- und Führungslehre
- ▶ Die Rolle einer Führungskraft
- ▶ Instrumente einer resultatorientierten Führung
- ▶ Die Wirkung von sozialer und emotionaler Kompetenz
- ▶ Erkennen und verbessern der eigenen Führungskompetenz
- ▶ Authentisches Leadership
- ▶ Selbstmanagement
- ▶ Der persönliche Führungsstil
- ▶ Teams führen und coachen
- ▶ Die Kommunikationsaufgabe des Teamleiters
- ▶ Die Gesetze der Kommunikation
- ▶ Der Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf die Führungsarbeit

Seminarmodul 2: Führungssituationen in der Praxis (4 Tage)

- ▶ Rhetorik- und Gesprächskompetenz
- ▶ Kernbotschaften wirkungsvoll vermitteln
- ▶ Auftritte in Präsentationen, Meetings und Verhandlungen
- ▶ Die Führungskraft als Kommunikationsdrehscheibe
- ▶ Coaching-Mindset in der Führung
- ▶ Coaching-Tools, -Methoden & -Prozesse
- ▶ Erfolgreiche Mitarbeitergespräche führen
- ▶ Leistungsreserven gezielt mobilisieren
- ▶ Zielvereinbarungen wirksam gestalten
- ▶ Kommunikationspsychologie in Konfliktsituationen anwenden
- ▶ Schwierige Führungssituationen souverän meistern
- ▶ Praxisnahe Handlungsoptionen für kritische Konstellationen im Führungsalltag

Daten (2 × 4 Tage + Projektarbeit)

Die aktuellen Durchführungsdaten finden Sie auf der SGMI Website unter: **www.sgmi.ch/cps17**

Studiengebühr*:

CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Ihr berufliches Ziel: Business Development Manager/in. Dieses Certification Programm befähigt Sie dazu.

Konzept

Als Leiter/in Business Development arbeiten Sie an Ideen und Konzepten des Geschäfts der Zukunft. Sie erfassen Kundenbedürfnisse und Kundenprobleme mit dem Ziel, Innovationsideen mit Geschäftspotenzial zu finden. Sie beobachten Trends und technologische Entwicklungen, um neue Geschäftsmöglichkeiten mit Wachstums- und Wertsteigerungspotenzial zu erschliessen.

In Ihrer Rolle als Innovations-Manager leiten Sie Zukunfts- und Strategieprojekte. Kreative Ideen präzisieren Sie in gut durchdachten, realisierbaren Business Cases. Sie formulieren die Geschäftsidee und unterlegen Sie mit einer Analyse der Kunden, der Potenziale und des Wettbewerbs. Sie definieren die angestrebte Positionierung im Markt, bestimmen den Ressourceneinsatz und berechnen Wirtschaftlichkeit und Risiko.

Die verschiedenen Business-Opportunitäten verarbeiten Sie zu einem New-Business-Portfolio, das Sie bewerten und so priorisieren, dass die besten Business Cases ausgewählt und realisiert werden. Sie arbeiten eng mit der F+E-Abteilung sowie mit den Bereichen Qualität und Leistungserstellung zusammen. Die Marketing- und Verkaufsbereiche unterstützen Sie bei der Erstellung der Markteintrittsstrategie. Sie organisieren das institutionalisierte Wissensmanagement mit dem Ziel, die gemachten Erfahrungen und Lerneffekte im New Business Development aktiv verwerten zu können.

Certified Business Development Manager Programm St. Gallen

Dieses Certification Programm qualifiziert Sie für die bedeutende Funktion als Business Development Manager/in.

Zeitlich flexibel, berufsbegleitend

Das Programm besteht aus einer Kombination von zwei Seminarmodulen, die im Verlauf von 6 bis 12 Monaten besucht werden können. Der Lernerfolg wird anschliessend durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit nachgewiesen. Zeitliche Umdispositionen wegen beruflicher Terminüberschneidungen sind möglich.

Projektarbeit

Die Teilnehmer/innen belegen durch eine 1-monatige, praxisbezogene Projektarbeit, dass sie den erworbenen Wissensstoff im Rahmen umsetzungsorientierter Aufgabenstellungen anwenden können. Dabei schlagen sie selber ein praxisorientiertes Thema aus dem eigenen

beruflichen Umfeld vor und stimmen dieses mit der SGMI Studienbetreuung ab. Die Projektarbeit soll einen Umfang von 30-50 Seiten aufweisen und durch Erkenntnisse aus dem Literaturstudium ergänzt werden. Zielsetzung: Verbindung von Theorie & Praxis, um den Lernerfolg auch für das eigene Berufsumfeld nutzbar zu machen.

Zertifikatsabschluss

Nach dem erfolgreichen Abschluss des «Business Development Manager/in Certification Programms St. Gallen» erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Zertifikat des SGMI Management Instituts St. Gallen.

Themenschwerpunkte

Seminarmodul 1: Erfolgreiche Wachstumsstrategien und Business Development (4 Tage)

- ▶ Strategisch denken und planen
- ▶ Der Prozess einer effektiven Strategieentwicklung
- ▶ Wachstumsstrategien
- ▶ Wertsteigerung
- ▶ Mit neuen Geschäftsmodellen zum Erfolg
- ▶ Geschäftsfeld-Strategien und Strategie-Design
- ▶ Leistungsmanagement und Erfolgsmessung
- ▶ Organisationsentwicklung und Kultur
- ▶ Change Management als Voraussetzung für chancenorientiertes Leadership

Seminarmodul 2: Business Innovation (3 Tage)

- ▶ Strategische Innovation mit künstlicher Intelligenz
- ▶ Innovationsstrategien und -modelle
- ▶ Ideengenerierung und -bewertung
- ▶ Neue strategische Opportunitäten entwickeln
- ▶ Chancen und Risiken systematisch und datenbasiert erfassen
- ▶ Design Thinking und Prototyping
- ▶ Agile Methoden und Lean Startup
- ▶ Innovationsmanagement- und KI-Tools
- ▶ Verankerung von Innovation im Unternehmen

Daten (4 + 3 Tage + Projektarbeit)

Die aktuellen Durchführungsdaten finden Sie auf der SGMI Website unter: **www.sgmi.ch/cps18**

Studiengebühr*:

CHF 9900.- (zzgl. 8.1% MWST)

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Management Programs in English

IN ENGLISH

- 100** | International Management Education
- 101** | Advanced Management Program
- 101** | General Management Program
- 102** | Leadership & Personal Development
- 102** | Leadership for Executives
- 103** | Effective Leadership
- 103** | Personal Growth & Negotiation Excellence
- 104** | Strategic Business Management
- 104** | Strategic Management
- 105** | Strategy & Leadership for Executives
- 105** | Unlocking Speed & Innovation in a Digital Age
- 106** | Financial Management for Executives
- 106** | Finance & Controlling





The SGMI Institute of Management is a leading international business school located in St. Gallen, Switzerland. For years, SGMI has been offering world-class management development programs based on the well-known St. Gallen Management Model. SGMI offers general management seminars, functional seminars, international programs, masters degree and certificate programs as well as corporate programs.

With an ear to the market and a proven track record, SGMI works with renowned companies and boasts thousands of satisfied customers. The name SGMI stands for demanding, integrated management development and consulting services.

SGMI offers programs for senior and junior executives. Our programs draw heavily on the St. Gallen Management Model and SGMI research and deliver challenging, practice-oriented learning; participants share experience and network. In all SGMI programs, participants' management knowledge is linked with their personal business experience for powerful, lasting learning.

- ▶ General Management Seminars for Executives
- ▶ General Management Programs for Junior Managers
- ▶ Functional and Specialist Seminars
- ▶ International Programs



Information and Advice

We will gladly provide you with more information about our seminars, programs and diplomas. Call us if you would like an SGMI advisor to help you make the right personal-development choice among our many courses and programs.

Phone +41 (0)71 223 50 30
Fax +41 (0)71 223 50 32
seminare@sgmi.ch
www.sgmi.ch/english



SGMI International

Thanks to its presence, SGMI Institute of Management St. Gallen makes know-how available in Europe, the USA and Asia and merges the thinking approaches of various cultural spheres with holistic, system-oriented thinking from St. Gallen. Participants examine their own management concepts and actions and consider the role of their companies in global markets.

Switzerland – Germany

In our home market, we have long been one of the most renowned providers of executive education and management development programs.

Austria – Eastern Europe

With our presence in Vienna, we have an excellent base from which to serve customers and implement projects in Austria and the Eastern European countries that are growing in economic strength.

France – Spain – Italy – Scandinavia – Benelux

These countries are home to some of Europe's leading companies. SGMI is an excellent partner for strategic personnel development at the highest level.

USA

For SGMI, the dynamic US market is equally challenging and interesting. Our attractive seminar offer means that we can provide unparalleled customer closeness. Leading American companies choose SGMI as their partner for management development projects because of our uncompromising – and highly appreciated – focus on customer needs.

Asia

SGMI runs local seminars and symposia in Asia in which local representatives from economics, politics and science – each with a business focus in Asia – provide insights and information first hand. One of SGMI's central Asian locations is Japan. Japanese companies demand country- and culture-specific delivery of modern management and leadership knowledge, and they appreciate SGMI's high appreciation of other cultures.

Advanced Management Program

Unit 1

Strategic Management

Good strategies blend creativity, vision and feasibility. Bad strategies are utopian, unspecific and don't communicate well. Our goal is to demonstrate ways to develop concise, well communicated, future oriented strategies designed to generate better results and guarantee long-term employment.

Strategic Options

- ▶ Ways to develop promising strategic options
- ▶ How to assess and evaluate strategic options
- ▶ How to appraise strategic options in terms of feasibility and success potential

Strategy Formulation

- ▶ Concise strategy formulation; best-practice examples
- ▶ Methods and AI tools for strategic planning
- ▶ Implementation of strategies

Unit 2

Performance Control in Practice

- ▶ Initiatives to increase financial performance
- ▶ Pro's and con's of the shareholder value concept
- ▶ Determining profitability goals and ways to reach them

Finance Management, Mergers & Acquisitions

Acquiring and divesting businesses, planning of mergers and financing decisions – all these transactions are the responsibility of top management. We show in this part of the seminar how to value, acquire and divest businesses and how to apply modern financial tools.

Unit 3

Leadership Management

- ▶ The concept of integrated management
- ▶ Definition of personal leadership qualities
- ▶ Rules and basics of effective leadership?

Communication as Core Competence

- ▶ Characteristics of communication skills for leaders
- ▶ The power of good communication

Leadership Skills

- ▶ What development potential do I want to use to improve personal leadership qualities?
- ▶ What changes increase performance and satisfaction

Program dates (3 × 4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: **www.sgmi.ch/ens01**

Program fee*:

CHF 14 900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

General Management Program

Unit 1

General Management:

The Integrated Management Approach

Why is managing such a difficult task? Mainly because there are so many issues and unpredictable factors to consider. And because stakeholders have different, sometimes contradicting goals. However, there are certain meaningful criteria for high-quality management. These will be outlined methodically with the integrated management approach.

Strategy and Execution

- ▶ The strategy concept
- ▶ Business segments as planning units
- ▶ The strategic "must-analyses"
- ▶ Promising strategy options
- ▶ Methodology of strategy formulation
- ▶ Functional strategies
- ▶ Digital strategy and Artificial Intelligence (AI)
- ▶ Financial aspects of strategy
- ▶ Leadership, execution, implementation

Unit 2

Financial Leadership and Controlling

- ▶ Basics of financial leadership
- ▶ Understand and utilize balance sheet, profit and loss accounts and financial reports
- ▶ Cash flow statement
- ▶ Planning and budgeting
- ▶ Investments and profitability accounting
- ▶ Financing options
- ▶ Profitability versus cost of capital
- ▶ Controlling systems and methods
- ▶ Performance improvement programs

Unit 3

More Efficiency with Leadership

The way a manager leads coworkers and teams directly influences the effectiveness of an organization. Motivating people is important because encouraged workers achieve better results. How important are rules? And which rules lead to above-average results? What arsenal of leadership techniques does a great leader need to intuitively master every possible situation?

- ▶ Basics of efficient leadership
- ▶ Prerequisites for successful leadership
- ▶ Developing leadership personality
- ▶ Leadership behavior, social competence
- ▶ Employee management tools
- ▶ Leading teams to success

Program dates (3 × 4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: **www.sgmi.ch/ens12**

Program fee*:

CHF 10 900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Leadership & Personal Development

Part 1: Leadership Management

Integrated Leadership Concept

- ▶ St. Gallen concept of integrated management
- ▶ Defining yourself as a leader
- ▶ Understanding leadership roles
- ▶ New leadership approaches: virtual leadership, AI and Generation Y, Z etc.

Communication as a Core Competence

- ▶ Particular characteristics of communication as a leader
- ▶ How communication motivates and drives peak performances
- ▶ How communication frustrates and leads to blockades and defensive behavior

Behavior of Good Leaders

- ▶ What are my personal strengths as a leader?
- ▶ What development opportunities can improve my leadership performance?
- ▶ What changes can increase employee performance and satisfaction?

Part 2: Personal Development

Personality

- ▶ How does a person become a personality?
- ▶ Analysing your own personality profile
- ▶ Theoretical foundations for external impact depending on the situational environment and the message recipients

Perception by third parties

- ▶ How you are perceived from the outside
- ▶ The importance of first impressions
- ▶ The conscious control of the signals you send out
- ▶ The use of symbols and certain behaviours

Demeanour

- ▶ Techniques, aids and behaviours to improve personal appearance
- ▶ Analysing personal appearance under both normal and stressful conditions
- ▶ The art of using your own strengths in a targeted and conscious manner

Charisma

- ▶ The personal impact on the outside world
- ▶ Personal image and its importance in the modern social and economic structure
- ▶ Managing your own personality by defining a clear profile

Program dates (2 × 4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: **www.sgmi.ch/ens24**

Program fee*:

CHF 9900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Leadership for Executives

Holistic Leadership Concept

Managers are usually committed professionals; not every manager, however, is a good leader. What characterizes excellence in leadership? What makes a leader?

- ▶ The concept of integrated management
- ▶ Definition of personal leadership qualities
- ▶ The role of a leader
- ▶ Rules and basics of effective leadership

Developing a Personal Leadership Style

- ▶ Alternative leadership styles
- ▶ Reasons why more than one leadership style is necessary
- ▶ Situations for cooperative leadership
- ▶ Situations where too much leadership harms
- ▶ Situations for authoritarian leadership
- ▶ Leadership in hybrid and agile work environments

Leadership Skills

Research shows what characterizes outstanding leaders. We know which leadership styles are most effective in certain situations and which behavior we should avoid to prevent unsatisfactory leadership performance. We can learn from most of these findings, because effective leadership behavior can be trained and practiced.

- ▶ Personal strengths as a basis for further development
- ▶ Increasing the own leadership competence
- ▶ Motivating and mobilizing teams

Communication Skills

Integrating communication skills as a core competence for leadership is a prerequisite for full effectiveness in leadership processes.

- ▶ The importance of communication
- ▶ Communication as a core competence for leadership
- ▶ Developing communication skills

Leadership in Implementation Processes

Employees rarely welcome new strategies, new structures and new concepts from top management enthusiastically. Employees react with skepticism, distrust and stagnation; only a few people see a great opportunity in change. Implementation of change processes doesn't happen just by pressing a button or by giving orders; it happens on the operational levels, executed by employees who may reject change project partly or totally.

- ▶ Gaining acceptance for change
- ▶ Change management as vital leadership challenge

Program dates (4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: **www.sgmi.ch/ens10**

Program fee*:

CHF 5900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Effective Leadership

Basics of Effective Leadership

- ▶ Leadership skills as a basis for advancing professional careers
- ▶ Leadership skills as a prerequisite to achieving results
- ▶ Practical leadership, the role of the leader

Psychological Insights

- ▶ Better understanding the behavioral patterns of employees, coworkers and superiors
- ▶ Situational leadership considering psychological insights

The Effective Leader

- ▶ Harmony between leadership mission and personality
- ▶ Coming across to others, convincing, prevailing
- ▶ Gaining acceptance, trust and loyalty of coworkers; being enthusiastic about common goals
- ▶ Leadership culture and atmosphere
- ▶ Importance of trust and candor
- ▶ Leadership philosophy

Personal Leadership

- ▶ Finding a personal professional style
- ▶ Getting over inner barriers
- ▶ Problem solving in complex situations
- ▶ Delegating and letting others shine

Becoming a Leader

- ▶ Characteristics of leaders
- ▶ What differentiates leadership personalities?
- ▶ Skills for thorough leadership competence

Solution-Oriented Communication

- ▶ Communication as a leadership challenge
- ▶ Open discussion of opposite points of view
- ▶ Addressing home-made conflicts
- ▶ Techniques of solution-oriented communication

Social Competence

- ▶ Self analysis and second opinion
- ▶ Techniques for developing social and emotional intelligence

Leading Teams to Peak Performance

- ▶ Creating a winning spirit
- ▶ Characteristics of successful team culture
- ▶ Hierarchical or nonhierarchical structure?
- ▶ The impact of artificial intelligence on leadership

Program dates (4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: www.sgmi.ch/ens11

Program fee*:

CHF 4500.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Personal Growth & Negotiation Excellence

Developing a Strong Personal Presence

Changes in the environment leading to adjustments in Leadership begins with presence. Before a word is spoken, perceptions are formed – based on how we carry ourselves, how we enter a room, and how we respond to others. Through reflection, analysis, and practical exercises, you will learn to recognize your unique strengths, address areas for development, and build a consistent, confident image that aligns with your leadership goals.

- ▶ From individual to impactful personality: What defines a strong leadership presence?
- ▶ Self-analysis: Strengths, weaknesses, and personal style
- ▶ First impressions and how to consciously influence them
- ▶ The role of nonverbal communication in professional settings
- ▶ Enhancing appearance and demeanor under pressure
- ▶ Managing your personal image and leadership brand

Communication and Charisma

Charisma is not a gift – it is a skill. At the heart of effective leadership lies the ability to connect, inspire, and influence through intentional communication. Participants will gain tools to strengthen their inter-personal effectiveness by aligning clarity, authenticity, and impact.

- ▶ How others perceive you – and why it matters
- ▶ Using behavior, symbols, and tone to send consistent signals
- ▶ The art of using your strengths purposefully
- ▶ Overcoming weaknesses and avoiding common missteps
- ▶ Building charisma for influence and long-term trust

Strategic Negotiation and Influence

Every meaningful decision in business is shaped by negotiation. Whether aligning internal teams, managing partners, or securing customer agreements, the ability to negotiate effectively is a hallmark of successful leadership. This module delivers a comprehensive framework for navigating negotiation processes with strategic insight and emotional intelligence.

- ▶ The essentials of successful negotiation: what's at stake, and how to win
- ▶ Understanding your negotiation style: cooperative versus competitive
- ▶ Securing strong, sustainable agreements

Program dates (4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: www.sgmi.ch/ens25

Program fee*:

CHF 4900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Strategic Business Management

Unit 1

Strategic Business Management

- ▶ Overview and methodology of strategic business management
- ▶ The career jump from functional management to general management

Strategic Navigation

- ▶ How to keep the big picture
- ▶ The ability to develop simple solutions, even in complex situations
- ▶ The Integrated Management Approach

Defining the Current Position

- ▶ Practical application of vital analysis tools
- ▶ Core strategic analyses
- ▶ Instruments and tools

Strategic Options

- ▶ Creativity and foresight in search of the ideal future position, including the use of AI tools
- ▶ Powerful visions and realism

Formulating Strategies

- ▶ Formulating strategic targets
- ▶ "Promising" or "absurd": How to assess the plausibility of strategies
- ▶ Transparency, acceptance and willingness to change as implementation criteria
- ▶ Considering trends in digital strategy and online marketing

Unit 2

Evaluation of the Financial Situation

- ▶ Quick analyses of financial plans, controlling reports, cost accounting and budgets
- ▶ Getting a general financial overview

Financial Goals and Value Added

- ▶ Planning internal growth while keeping up financial stability and profitability
- ▶ The logics of shareholder value

Financing and Liquidity

- ▶ Optimizing capital employed
- ▶ Managing liquidity

Valuation, Mergers & Acquisitions

- ▶ Value calculation: methods and practical aspects
- ▶ Selecting and evaluating acquisitions

Program dates (2 × 4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: **www.sgmi.ch/ens06**

Program fee*:

CHF 10 900.- (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Strategic Management

The Concept of Strategic Management

Introduction to the basic philosophy of strategic management, history of strategic management, empirical insights, methodologies and practical application of strategic management:

- ▶ Strategy as turning point for the future
- ▶ The most important strategic questions
- ▶ The process of strategy formulation and strategy implementation: the strategy approach

Business Segments as Planning Units

- ▶ Business segments as strategic planning units
- ▶ Segmentation: options, approach
- ▶ Best-practice examples and tools

Recognizing the Strategic Call for Action

- ▶ Anticipation and early recognition of changes
- ▶ Key analytical methodologies; practical exercises with structured tools and best-practice examples
- ▶ Driving forces for new strategies
- ▶ AI as a sparring partner in the strategy process

Promising Strategic Options

- ▶ Ways to develop promising strategic options
- ▶ How to assess strategic options and evaluate their advantages, disadvantages and prerequisites for their implementation
- ▶ How to appraise strategic options in terms of feasibility and success potential

Strategy Formulation

Strategies are crafted following an evaluation of the most promising future strategic options. Good strategies are simple, concise and easy to communicate; they can be unfolded and integrated into everyday business life.

- ▶ Concise strategy formulation; best-practice examples
- ▶ Methods and tools for strategic planning
- ▶ Functional strategies
- ▶ The impact of AI, new media and digital strategies

Changing Structures

Usually, organizational structures are advantageous only for a certain time and business situation. Strategic change often dictates change of organizational structures. Unfortunately, "structure follows strategy" is often misinterpreted as "structure follows trend."

Successful Implementation of Strategies

- ▶ Knowing and overcoming barriers to implementation
- ▶ Implementation as a managerial responsibility

Program dates (4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: **www.sgmi.ch/ens05**

Program fee*:

CHF 5900.- (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Strategy & Leadership for Executives

Strategic Management

St. Gallen Strategy Approach

- ▶ The concept of strategic management
- ▶ Dealing with volatility, uncertainty, complexity, and ambiguity
- ▶ St. Gallen phase model of effective strategy development
- ▶ AI as a catalyst: from analysis to implementation

Strategy Development

- ▶ Assessing initial situations through strategic analyses
- ▶ Driving strategy processes through business innovation
- ▶ Defining strategic business areas
- ▶ Designing business models

Strategy Formulation

- ▶ Methods and instruments of strategy formulation
- ▶ Strategic quantification and financing strategies
- ▶ Translating strategic initiatives into goals, means, and measures

Leadership Management

Integrated St. Galler Leadership Approach

- ▶ The role of corporate values
- ▶ The link between excellent leadership and improving corporate results
- ▶ Dealing with new leadership approaches in the age of new work

Leadership Skills

- ▶ Achieving goals together
- ▶ Going from risk culture to opportunity culture
- ▶ Leadership in times of uncertainty

Effective Leadership

- ▶ Maintaining authenticity and leading socially competent
- ▶ The difference between leadership in normal situations and under pressure
- ▶ Using feedback as an opportunity for personal development

Core Competences: Communication and Motivation

- ▶ Critically examining established and new communication concepts
- ▶ Peak performances through motivation
- ▶ The effect of motivated employees on the entire organization

Program dates (2 × 4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: www.sgmi.ch/ens22

Program fee*:

CHF 10 900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Unlocking Speed & Innovation in a Digital Age

What are the capabilities needed to deliver actual results in an increasingly faster and more complex business context? This program provides the necessary tools to unlock the speed an organization needs to perform in the future and drive the digital transformation forward. The seminar focuses on innovation culture and the necessary mind-set as well as the structural setup required to deliver results.

The Mind-Set

Unlocking speed and innovation capabilities requires a fundamentally different mind-set compared to most current business operations. It requires higher tolerance levels for uncertainty and the possibility to perform trial and error projects. In this part of the seminar, different cultural barriers are explored that prevent success and methods presented on how to avoid them.

- ▶ Driving cultural forces in the context of digital transformation
- ▶ Winners and losers
- ▶ The agile mind-set
- ▶ ‚Failing‘ as an enabler of innovation and creativity

The Methods

Different approaches to unlock the innovation and creativity potential.

- ▶ Artificial Intelligence (AI)
- ▶ Lean, agile, scrum, design thinking
- ▶ Innovation constraints and innovation code
- ▶ Rapid prototyping

The Structure

What is the perfect structure for your innovation setup? What is the most effective way to organize your bets? Is it through collaboration, start-ups or by creating a corporate accelerator, an innovation lab or a venture arm? What are the different ways to set up innovation efforts?

- ▶ A lab
- ▶ Corporate venturing
- ▶ Dancing with start-ups
- ▶ Setting up a clear structure and strategy

Bringing it Home

This part of the program is designed to give the leaders specific tools to induce the knowledge into their business and begin the transformation journey as effectively as possible.

- ▶ Tools to change speed, culture and mind-set at the company
- ▶ Introduction to exponential thinking and exponential problem solving

Program dates (3 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: www.sgmi.ch/dbt02

Program fee*:

CHF 3900.– (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)

*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Financial Management for Executives

Financial Overview

- ▶ Analysis of financial and annual reports, recognizing optimization potential
- ▶ Cash-flow analysis, performance evaluation
- ▶ Accurate budgeting, planning and controlling
- ▶ Analysis of costs, volume and profit

Mastering Drivers for Efficiency and Profitability

- ▶ Performance drivers
- ▶ How to increase profitability and efficiency
- ▶ Using AI to identify potential returns

Financial Goals and Value Added

- ▶ Planning internal growth while keeping up financial stability and profitability
- ▶ The logics of shareholder value
- ▶ Options for increasing shareholder value
- ▶ Pitfalls and limitations
- ▶ Impact of value added concepts

Valuation, Mergers & Acquisitions

- ▶ Value calculation: methods and practical aspects
- ▶ Selecting and evaluating acquisitions
- ▶ Evaluating acquisition targets and procedure
- ▶ Taking advantage of synergies
- ▶ Analyzing and assessing synergy effects
- ▶ The post-merger syndrome

Secure Financing

- ▶ Impact of strategic decisions
- ▶ Alternative financing concepts
- ▶ Financial engineering
- ▶ Weighted average cost of capital (WACC)
- ▶ Financing strong revenue growth

Cost Management

- ▶ Defining and managing cost drivers
- ▶ Complexity drives costs
- ▶ Definition of strategic cost position

Restructuring and Portfolio Clean-up

- ▶ Early warning indicators for restructuring
- ▶ Identifying profitable and unprofitable businesses
- ▶ Developing a sustainable restructuring concept
- ▶ Business portfolio and portfolio clean-up

Reorganization and Turnaround

- ▶ Qualification for reorganization
- ▶ The reorganization concept
- ▶ Achieving the turnaround

Program dates (4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: **www.sgmi.ch/ens08**

Program fee*:

CHF 5900.- (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)
*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)

Finance and Controlling

Overview of Financial Management

- ▶ Financial management as part of integrated business administration
- ▶ Instruments and methods for managing profits, results, cash-flow, liquidity and shareholder value
- ▶ Superior goals as targets

Financial Management Tools

Proper use of financial tools to get the financial situation of the firm under control.

- ▶ Comprehensive use of balance sheets, profit and loss statements and financial reports
- ▶ Overview of accounting standards and accounting practices
- ▶ Financial management with performance ratios
- ▶ Flow of funds statements (cash flow statements)

Cost Accounting

- ▶ Characteristics, functions and basics of cost accounting
- ▶ Cost allocation (object of costing, cost accumulation, cost apportionment)
- ▶ Full costing and direct costing
- ▶ Calculation systems with marginal costs and contribution margins
- ▶ Managerial accounting
- ▶ Break-even analyses

Planning and Budgeting

- ▶ Development of effective planning and budgeting systems
- ▶ Planning as a tool for coordination and controlling
- ▶ Challenging plans and budgets by using AI tools

Investments and Cost Effectiveness Analysis

- ▶ Investment planning
- ▶ Methods of cost effectiveness analysis

Strategic and Value Based Controlling

- ▶ Developing strategic controlling tools
- ▶ Using balanced scorecards (BSC) to operationalize strategies
- ▶ Performance controlling
- ▶ Sustainable enhancement in value

Profit Management

- ▶ Profit goals and profit potentials
- ▶ Levers of active profit management
- ▶ Profit improvement programs
- ▶ Customer orientation opposed to result orientation

Program dates (4 days)

Please find the current program dates on the SGMI website at: **www.sgmi.ch/ens09**

Program fee*:

CHF 4500.- (plus 8.1% VAT for seminars in Switzerland)
*Invoicing in EUR possible (depending on current currency rate)



Executive MBA, Master, Diplome, Certificates

- 108** | Master- und Diplomausbildung St. Gallen
- 110** | Executive MBA
- 116** | Executive Master-Programme
- 120** | SGMI Master of Management
- 122** | St. Gallen Management-Diplome
- 124** | International Management Certificates
- 128** | Erfahrungsbericht



Berufsbegleitende Studiengänge St. Gallen

Die EMBA-, Master-, Diplom- und Certificates-Ausbildung am SGMI Management Institut St. Gallen ist etwas Besonderes. Ausgesprochen persönlicher Zuschnitt, gut bemessene Tiefe und umfangreiche, zielfördernd geplante Eigenaktivitäten sind die Markenzeichen der Studiengänge. Alle Studiengänge bauen auf dem ganzheitlichen, systemorientierten Management auf und unterscheiden sich im Umfang der Ausbildung und entsprechend, der zeitlichen Belastung.

Das Konzept des ganzheitlichen, systemorientierten Managements als Basis

Seit je sind die Managementlehre und die Management-Ausbildung durch eine verwirrende Vielzahl von wissenschaftlichen Ansätzen, Techniken und Methoden gekennzeichnet. Die grosse Mehrzahl dieser Hilfsmittel hebt einen besonderen Aspekt des Managements hervor. Naturgemäss sind sie nicht auf einander abgestimmt. Deshalb ist schon von einem Dschungel der Management-Theorien gesprochen worden.

Genau aus diesem Grunde ist die St. Galler Schule des ganzheitlichen systemorientierten Managements entstanden.

► Dieses Konzept vermittelt einen weit gespannten, aber gleichwohl übersichtlichen Beziehungsrahmen. Ganzheitlich heisst, alle wesentlichen Aspekte des Managements erfassen und ordnen. Nur eine derartige Weite des Blickfelds schützt im konkreten Einzelfall vor einer verengten, einseitigen Sicht. Sie macht zudem innere Widersprüche zwischen einzelnen Gesichtspunkten erkennbar und erlaubt eine explizite Auseinandersetzung mit ihnen und den vielen Polaritäten im Management.

► Das Systemdenken vertieft dieses Streben nach Ganzheit. Ein System ist ja nichts anderes als ein aus Teilen zusammengesetztes Ganzes. Die Auseinandersetzung mit Systemen vermittelt eine bestimmte Weltsicht. Sie hebt weniger eine einzelne System-Komponente hervor als Beziehungen: Beziehungen zwischen den einzelnen System-Komponenten und zwischen dem System und seiner Umwelt. Unter den Polaritäten, mit denen sich das Systemdenken befasst, besitzt die Spannung zwischen Stabilität und Entwicklung eine besonders grosse Bedeutung. Die Stabilität sucht etwas Bestehendes zu erhalten. Ihr steht die Dynamik von Entwicklungen gegenüber. Diese vollzieht sich nach Schumpeter oft nur um den Preis einer schöpferischen Zerstörung. Zur Verwirklichung eigener dynamischer Vorstellungen gehören Innovationskraft sowie ein überlegener und damit überlegter Umgang mit Ungewissheit und Unwägbarkeiten. In einer Zeit eines sich noch immer beschleunigenden externen Wandels ist die nur teilweise berechen- und voraussagbare Dynamik aller Entwicklungen – paradoxerweise – eine wesentliche Konstante.

Management: Erst die Kombination von Theorie und Praxis führt zum Können

Zu den Polaritäten unserer Welt gehört auch die Spannung zwischen Theorie und Praxis. Jeder Manager muss die beiden Pole miteinander verknüpfen. Denn Theorie ohne Praxis ist leer und nicht zu greifen, Praxis ohne theoretische Basis ist brüchig und anfällig. Ein solides theoretisches Grundwissen ist deshalb unverzichtbar, aber es genügt nicht.

Stets muss es mit praktischer Erfahrung angereichert werden. Diese beruht immer auf Einzelfällen mit all ihren Besonderheiten und Einmaligkeiten. Gerade diesen Besonderheiten können die abstrakten Theorien nicht Rechnung tragen. Die Art der Auseinandersetzung mit ihnen macht aber den Unterschied zwischen einem guten und einem schlechten Manager aus. Diese Fähigkeit lässt sich aber fördern und entwickeln.

Der Manager soll lernen, wie Situationen zu beurteilen sind und wie das vorhandene Wissen eingesetzt und ergänzt werden kann. Erst das gibt ihm die Chance, auf der Basis soliden Wissens Neues zu schaffen, innovative Lösungen zu finden, sich von seinem Umfeld abzuheben und einzigartig zu sein.

Auf einem derartigen Konzept aufbauend, wollen die SGMI Master- und Diplomstudiengänge nicht allein theoretisches Wissen vermitteln. Dieses wird vielmehr als Sprungbrett benutzt und mit praktischen Erfahrungen angereichert. Die Summe von Theorie und Erfahrung soll es den Teilnehmern ermöglichen, von einem neuen, höheren Plafond aus, selbständig ihr Urteilsvermögen und ihr Können zu schärfen und weiter zu entwickeln. Nur auf diese Weise kann in einer sich rasch ändernden Welt eine nachhaltige Wirkung der Ausbildung erreicht werden.



Emil Brauchlin
Prof. em. Dr.
Universität St. Gallen (HSG)
Ehrevorsitzender des
SGMI Academic Committees



St. Galler Studienpyramide

Doctor of Business Administration
(24–36 Monate)

DBA

MBA
(24 Monate)

Executive MBA

Master Programme
(12–18 Monate)

SGMI Executive Master in: General Management, International Management, Marketing, Sales, Finance, HR and Leadership

SGMI Master of Management

Diplomprogramme
(6–9 Monate)

St. Galler General Management-Diplom

St. Galler International Management-Diplom

St. Galler Leadership-Diplom

St. Galler Marketing Management-Diplom

St. Galler Sales Management-Diplom

St. Galler Produkt-Management-Diplom

St. Galler Finanz & Controlling Management-Diplom

Management Certificates
(4–8 Monate)

St. Galler CEO Certificate

St. Galler Business Strategy Certificate

St. Galler Marketing Management Certificate

St. Galler Financial Management Certificate

St. Galler Consulting Certificate



| Seminare | Workshops | Fernstudium | E-Learning | Projektarbeit | Prüfungen, Kolloquien |

Upgrade-Programme und Anrechnung von Seminaren (ECTS-Punktesystem)

Der persönliche Zuschnitt der Ausbildung

Die SGMI Master-, Diplom- und Certificates-Studiengänge kommen den urpersönlichen Bedürfnissen der Lernenden mit einem breiten Sortiment weitestgehend entgegen:

- ▶ **ganzheitlich**, da alle Studiengänge auf dem ganzheitlichen, systemorientierten Management-Ansatz basieren, aus einem «Guss» und modular kombinierbar sind;
- ▶ **zeitoptimal**, da die Programme berufsbegleitend, unter Anrechnung bereits besuchter SGMI-Seminare und abgestimmt auf die berufliche Beanspruchung absolviert werden können;
- ▶ **massgeschneidert**, da jeder Studienplan individuell auf bestehende Erfahrung, Wissensstand und Entwicklungsprofil der Absolventen erstellt wird;
- ▶ **bewährt**, da zu unseren Kunden die renommiertesten Unternehmen und seit vielen Jahren hunderte von begeisterten Absolventinnen und Absolventen zählen;
- ▶ **praxisorientiert**, da keine langweiligen Vorlesungen, sondern packende Inhalte geboten werden, moderiert

von hoch qualifizierten Professoren und Dozenten, renommierten Beratern oder Management-Trainern, die seit Jahren bei SGMI tätig sind;

- ▶ **modular**, da jeder Abschluss über den Direkteinstieg oder über stufenweise Upgrades unter Anrechnung bereits erbrachter Leistungen erzielt werden kann (ECTS-Punktesystem).



Marc Oliver Opresnik
Prof. Dr.
Chairman SGMI Academic Committee



Gilbert Malgiaritta
lic.oec. HSG (Universität St. Gallen)
Executive Director Open Programs

Executive MBA (EMBA)

International anerkanntes und akademisches Executive MBA Programm (Executive Master of Business Administration) für leistungsorientierte Führungskräfte und solche, die es noch vermehrt werden wollen. Das berufsbegleitende Programm ist das Resultat einer Zusammenarbeit zwischen dem SGMI Management Institut St. Gallen, der KMU Akademie und der Middlesex University London. Es verbindet aktuelles, theoretisch fundiertes und praxisorientiertes Management-Wissen mit dem ganzheitlichen St. Galler Ansatz des systemorientierten Managements.

Konzept

Gute Vorsätze haben es in sich: je nachdem machen sie die nötige Energie frei, um eine bestimmte Sache an die Hand zu nehmen, oder sie halten uns den Spiegel vor, wenn wir nicht tun, was wir uns vorgenommen haben. Wie viele gute Vorsätze pflastern den Weg zur Weiterbildung? Doch wo aufsetzen? Das Feld der Weiterbildung ist umfangreich geworden. Dies widerspiegeln die exponentiell gewachsenen Bedürfnisse nach mehr Wissen und Können. Die erworbene Ausbildung stellt eben für die Laufbahn vieler Menschen ein unverzichtbares Kapital dar. So wie sich wirtschaftliches Kapital nur vermehrt, wenn investiert wird, so ruft auch das Bildungskapital nach Erneuerung oder Ergänzung. Wachsende Bedürfnisse sind das eine, Qualität aber das entscheidend andere. Ganz der Qualität verpflichtet, freuen wir uns, als SGMI Management Institut St. Gallen, Ihnen zusammen mit der KMU Akademie und der Middlesex University London eine Weiterbildung der besonderen Art anzubieten. Wir verstehen uns als Partner auf Ihrem Weg zu einem international anerkannten Executive MBA. Mit diesem Programm verknüpfen wir betriebswirtschaftliche Qualität mit langjähriger Erfahrung in Lehre, Methodik und Praxis.

Die Ausbildung setzt auf erprobten Grundpfeilern auf:

- Die Anforderungen in den Präsenz-Seminaren entsprechen den Herausforderungen, die heute der Wirtschaft und dem modernen Management aufgegeben sind.
- Inhaltlich bietet das Weiterbildungsprogramm exzellente Qualität. Die Vernetzung dreier starker Partner macht dies möglich. Im Zentrum steht eine innovative Kombination bewährter Lernmethoden mit dem nötigen anwendbaren Wissen. Den Abschluss findet das Studium in der Niederschrift einer praxisorientierten Master-Thesis.
- Modular aufgebaut, verknüpft das Konzept Qualität mit hoher Flexibilität. Flexibilität will individuellen Bedürfnissen die Türen öffnen. Aus diesem allem ergeben sich Voraussetzungen, dass das zweijährige, berufsbegleitende Programm für die Absolventen zu einem eindrücklichen Erlebnis wird.

Die Partner

SGMI Management Institut St. Gallen

Als eine der renommiertesten, international tätigen Business Schools aus dem deutschsprachigen Raum steht das SGMI Management Institut St. Gallen für anspruchsvolle Weiterbildung im praxisorientierten Management auf der Basis des St. Galler Management-Ansatzes. Was in den frühen 70-iger Jahren begann, ist zu einer Institution geworden. Dass der St. Galler Ansatz wegleitend und unverzichtbar ist, das zeigt die jüngere Wirtschaftsgeschichte. Ganzheitliche Unternehmensführung stützt nachhaltigen Unternehmenserfolg. Genau dies ist heute international ein Gebot der Stunde. Der St. Galler-Ansatz eröffnet der Praxis weitreichende pragmatische Orientierungshilfen.



KMU Akademie

Die KMU Akademie & Management AG ist einer der führenden Fernstudien-anbieter in der Schweiz, Österreich und Deutschland, die flexible und praxisorientierte Studiengänge in Kooperation mit der Middlesex University in London anbietet. Sie ermöglicht den Teilnehmenden eine qualitativ hoch-wertige akademische Ausbildung, die sich optimal in ihren beruflichen und privaten Alltag integrieren lässt.



Middlesex University London

Die Middlesex University mit Sitz in Nord-London ist eine der grössten Universitäten in Grossbritannien. Ihre Ursprünge reichen bis ins Jahr 1878 zurück. Im Laufe der Jahre ist die Zahl der Studierenden und das Angebot an akademischen Programmen durch Zusammenschlüsse und Erweiterungen stark gewachsen. Derzeit arbeitet die Universität mit über 60 Partnerinstitutionen in Grossbritannien und im Ausland zusammen.



Aufbau

Einreichen der Bewerbungsunterlagen



Entscheid über die Zulassung zum Executive MBA



Eintrittsgespräch und Erstellung des Studienplanes



Phase 1: Fachkompetenz (45 ECTS)

Executive Management / Advanced Leadership / Business Cases / Business Competence

Lernmodul 1 (9 ECTS)	Lernmodul 2 (9 ECTS)	Lernmodul 3 (9 ECTS)	Lernmodul 4 (9 ECTS)	Lernmodul 5 (9 ECTS)
St. Galler Strategie-Seminar	St. Galler Marketing-Seminar	St. Galler Finanzmanagement- Seminar	St. Galler Advanced Leadership-Seminar	St. Galler Vertiefungs- Seminar
Fernstudium 'Unternehmens- führung & Strategie'	Fernstudium 'Marketing & Ver- kaufsmanagement'	Fernstudium 'Finanzen & Controlling'	Fernstudium 'Führung & Leadership'	Fernstudium 'St. Galler Wissens-Bausteine'
Studium der fachspezifischen und modulübergreifenden Literatur				
Erarbeitung von praxisorientierten Fallstudien mit Zwischenqualifikation				
Anrechnung von 45 ECTS in Phase 1 (absolviert am SGMI Management Institut St. Gallen) und Eintritt in die Phase 2 des EMBA-Programms an der Middlesex University / KMU Akademie				



Phase 2: Methoden- & Transferkompetenz (45 ECTS)

Online-Fernstudium

Business Science & Digitalisation (10 ECTS)

Networking & Best Practice (10 ECTS)

Verfassen der Master-Thesis (25 ECTS)



Verleihung des Executive MBA-Titels

Inhalt

Das berufsbegleitende Executive MBA-Programm kann in zwei Jahren absolviert werden und ist in zwei Studienphasen aufgeteilt:

► Phase 1: Fachkompetenz

Fachstudium im Umfang von fünf Lernmodulen bestehend aus fünf studienbegleitenden St. Galler Seminaren zu vier Tagen sowie einem ganzheitlichen Fernstudium (inkl. Bearbeitung von Management Cases sowie Studium der Fernstudienunterlagen und der dazu gehörenden Fachliteratur).

► Phase 2: Methoden- & Transferkompetenz

Teilnahme an drei Studienmodulen mit dem Ziel, auf Basis von wissenschaftlichen Methoden praxisnahe Handlungsempfehlungen zu entwickeln. Abschluss des Studiums durch Niederschrift und Präsentation der Master-Thesis.

Phase 1: Fachkompetenz (45 ECTS)

Im ersten Studienjahr absolvieren die Teilnehmenden fünf Lernmodule im Wert von jeweils neun ECTS-Punkten (European Credit Transfer and Accumulation System). Diese Lernmodule bestehen einerseits aus dem Besuch von je einem fachspezifischen St. Galler Management-Seminar und andererseits aus dem dazu begleitenden und vertiefenden Fernstudium.

Zu erarbeitende Kompetenzen

Ausgangspunkt und Ziel des Executive MBA Basisstudiums ist die Erarbeitung von Kompetenzen in den folgenden Themenfeldern mittels Intensivseminaren zu jeweils vier Tagen:

- Strategisches Management (St. Galler Strategie-Seminar)
- Marketing Management (Marketing im Zeitalter von KI und Disruption)
- Finanzen (St. Galler Finanzmanagement-Seminar)
- Leadership & Führung (Advanced Leadership-Seminar)
- Vertiefungsseminar unter Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse

Strategisches Management

Aufgabe des Managements ist es, Komplexität zu beherrschen und Dynamik zu bewältigen. Dazu zählen Veränderungsprozesse mit dem Ziel dauerhafter Prosperität. Ressourcen und Massnahmen müssen rechtzeitig bereitstehen. Dem strategischen Management kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. Trends wollen geortet und wichtige Veränderungen zum Schutz oder zum Aus- und Umbau von Geschäft und Marktposition eingeleitet sein. Strategische Optionen dienen der umfassenden Evaluation der möglichen strategischen Zukünfte, so dass schliesslich die richtige Strategie ermittelt und umgesetzt werden kann. Aber all dies darf nicht ohne die Kunden und deren Bedürfnisse erfolgen. Gefragt sind Kreativität und Offenheit neuen Lö-

sungstechnologien gegenüber. Aus allem sollen zukünftige Wachstumsfelder, attraktive Geschäftsmöglichkeiten und chancenreiche Entwicklungsperspektiven entstehen und gedeihen. Daraus ergeben sich die folgenden Kompetenzen:

- Strategie als Weichenstellung für die Zukunft nutzen
- Strategisches Management als Konzept verstehen: Der St. Galler Strategie-Ansatz
- Strategische Geschäftsfelder als Planungseinheiten identifizieren
- Den strategischen Handlungsbedarf erkennen
- Strategisches Management im Zeitalter des digitalen Wandels und der Künstlichen Intelligenz (KI)
- Erfolg versprechende Strategieoptionen ableiten
- Strategien formulieren und kontrollieren
- Strukturen verändern
- Strategien erfolgreich implementieren

Marketing-Management

Marketing beeinflusst den Erfolg ganz entscheidend. Das beste Produkt und die innovativste Marktleistung nützt nichts, wenn die Kunden ausbleiben oder nicht wissen, dass es diese Leistung gibt. Zentrale Marketingaufgabe ist daher, die Bedürfnisse und Anforderungen des Marktes mit den Möglichkeiten und Konzepten des eigenen Unternehmens in Einklang zu bringen. Digitale Kanäle zum Kunden, der Einsatz von KI und das Verstehen von Kundenpräferenzen sollen den Verkauf stärken. Dementsprechend sind die folgenden Kompetenzen aufzubauen:

- Marketing-Management ganzheitlich verstehen: Der St. Galler Marketing-Ansatz
- Die Gesetze des Marktes erfassen
- Märkte mit KI und digitalen Tools analysieren
- Marketingstrategien formulieren
- Markt- und Kundenkonzepte erarbeiten
- Potenziale der digitalen Kundenkommunikation nutzen
- Erfolg durch Customer Centricity sichern
- Führungs- und Controllingaufgaben im Marketing wahrnehmen

Finanzen & Controlling

Jede ergebnisverantwortliche Führungskraft beeinflusst mit ihren Entscheidungen finanzwirtschaftliche Grössen. Strategische Erfolge und Markterfolge müssen finanzwirtschaftlichen Kriterien genügen. Aktionäre, Gesellschafter, Bankenvertreter und Analysten erwarten Gewinne, Free Cash Flows, Eigenkapitalrenditen, steigende Aktienkurse und Dividenden. Das Management und alle Chefs mit Ergebnisverantwortung sind gut beraten, sich die Wirkungen der Steuerungsmechanismen und Instrumente des Finanzmanagements zu verinnerlichen. Im Einzelnen geht es um die folgenden Kompetenzen:

- Konzept einer ganzheitlichen finanziellen Steuerung verstehen
- Steuerungsfaktoren für Gewinn und Wirtschaftlichkeit ermitteln
- Investitionsprojekte verstehen und bearbeiten
- Finanzielle Zielsteuerung und Wertsteigerung beurteilen
- Unternehmensbewertungen erstellen

- ▶ Mergers & Acquisitions managen
- ▶ Sanierung & Turnaround umsetzen
- ▶ Finanzierung wichtiger Projekte aufsetzen

Leadership & Führung

Führen ist einfach und schwierig zugleich. Noch und noch stellen sich Hindernisse. Die Komplexität des Unternehmens, unklare Ausgangslagen, digitale Disruption, schwierige Einschätzung von Mitbewerbern und manchmal sogar unterschiedliche Rhythmen im Tagesablauf bei multinationalen Firmen können den Verantwortlichen massiv zusetzen. Wo die Ziele zwar gesetzt, die Strategie zur Zielerreichung jedoch immer kurzfristiger und volatiler wird, nähert sich die strategische Führung immer mehr einer blossen Detailarbeit. Darum müssen die Führungskräfte wissen, wie man mit solchen Herausforderungen umgeht. Praxisnahe Beispiele, Diskussionen und Gespräche und vor allem der Erfahrungsaustausch im Kreis ganz unterschiedlicher Branchen sollen dazu beitragen, Durchsetzungsvermögen selbst für schwierigste Lagen aufzubauen. Im Zentrum geht es darum um die folgenden Kompetenzen:

- ▶ Das St. Galler Leadership-Konzept verstehen
- ▶ Idealbilder von Führungskräften erarbeiten und vergleichen
- ▶ Die eigenen Stärken nutzen
- ▶ Authentisch führen
- ▶ Das eigene Führungsverhalten und dasjenige von Führenden evaluieren
- ▶ Das Motivationsvermögen stärken
- ▶ Die Kommunikation zum eigenen Erfolgsfaktor ausbauen

Vertiefungsseminar

Die individuelle Weiterbildung soll kein blosses Schlagwort werden. Darum werden St. Galler Vertiefungsseminare nach eigener Wahl angeboten. Unsere Studienberater stehen bei der Seminauswahl beratend zur Seite.

Fernstudium

Das Fernstudium gliedert sich in vier Themenblöcke:

- ▶ Unternehmensführung & Strategie
- ▶ Marketing & Verkaufsmanagement
- ▶ Finanzen & Controlling
- ▶ Führung & Leadership

Es umfasst pro Themenfeld:

- ▶ das Studium der Lehrunterlagen und der modulspezifischen Fachliteratur sowie
- ▶ die Erarbeitung von praktischen Fallstudien zur Lernfortschrittskontrolle und zur Zwischenqualifikation.

Die modulübergreifende Zusammenführung der Studieninhalte wird durch das Studium der Fachliteratur zum Thema «Betriebswirtschaft und Management» sichergestellt. Zur Vertiefung und Überprüfung der Lehrinhalte erhalten die Teilnehmenden mit den St. Galler Wissensbausteinen aktuelles Management-Wissen in Form von Fachberichten, Fallstudien und Arbeitshilfen. Diese St. Galler Wissensbausteine werden selbständig erarbeitet und ausgewertet und dienen der praxisorientierten Festigung des Wissens.

- ▶ St. Gallen Letter: Der Management-Letter aus St. Gallen
- ▶ New-Skills: Management-Methoden für die Praxis
- ▶ Management-Cases: St. Galler Fallstudien

Nach erfolgreichem Abschluss des Studienteils am SGM Management Institut St. Gallen erfolgt die Anrechnung von 45 ECTS-Punkten der Phase 1 des EMBA-Programms an der Middlesex University / KMU Akademie. Anschliessend startet Phase 2 des EMBA-Programms an der Middlesex University / KMU Akademie.

Phase 2: Methoden- & Transferkompetenz (45 ECTS)

In der zweiten Phase des Studiums absolvieren die Studierenden drei Module im Fernstudium. Unterstützt werden sie dabei von einem Mentor wie auch von einem virtuellen Lernraum.

Business Science & Digitalisation

Im Rahmen dieses Moduls erwerben die Studierenden vertiefende Kenntnisse im wissenschaftlichen Arbeiten. Sie entwickeln ein Verständnis für aktuelle Entwicklungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI) und nutzen digitale Tools zur Analyse und Problemlösung. Dadurch werden sie befähigt, wissenschaftliche Fragestellungen fundiert zu bearbeiten und in anwendungsorientierte Handlungsempfehlungen zu überführen. Abgeschlossen wird das Modul mit einer Studienarbeit als Vorbereitung auf die Master-Thesis (Disposition).

Networking & Best Practice

Ziel dieses Moduls ist es, anhand eines selbstgewählten Business Cases das eigene Arbeitsumfeld zu analysieren und die Ergebnisse im Lernraum zu diskutieren. Aufbauend darauf bereiten die Studierenden ihre Master-Thesis vor und transferieren wissenschaftliches Wissen praxisnah in die berufliche Realität. Begleitendes Mentoring, Review-Sessions und drei Praxistransfers stärken Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenz sowie Networking.

Master-Thesis

Die Master-Thesis stellt die schriftliche Abschlussarbeit im EMBA Programm dar. Darin werden die im Studium vermittelten theoretischen Konzepte in Bezug auf ein selbst gewähltes Thema angewandt. Studierende weisen nach, dass sie in der Lage sind, eine eingegrenzte, praxisorientierte Fragestellung mit wissenschaftlichen Methoden bearbeiten zu können. Der Umfang der Master-Thesis beträgt zwischen 15'000 – 20'000 Wörtern (45 – 80 Seiten) und die wichtigsten Inhalte der Thesis werden in einer Video-Posterpräsentation vorgestellt.

Zeitliche Beanspruchung

Das Executive MBA-Programm ist als berufsbegleitender Lehrgang konzipiert und auf zwei Jahre ausgelegt. Überzeugende individuelle Gegebenheiten werden berücksichtigt, weshalb sich die Studiendauer dementsprechend kürzer oder länger ausnehmen kann.

Studienbeginn & Studiendauer

Der Startzeitpunkt des EMBA-Programms (mit Phase 1: Fachkompetenz) kann individuell festgelegt werden. Der zweite Teil des Studiums (mit Phase 2: Methoden- und Transferkompetenz) kann direkt im Anschluss oder ebenfalls zu einem individuellen Startpunkt besucht werden. Das gesamte Studienprogramm dauert in der Regel zwei Jahre, je nach individueller Gestaltung kann es zeitlich gestrafft werden oder auf vier Jahre ausgedehnt werden. Optionale Verlängerungen werden bei Bedarf individuell geprüft.

Zeitbedarf (ECTS-Punktesystem)

Die Studien- bzw. Lernleistung wird in ECTS-Punkten (European Credit Transfer and Accumulation System) gemessen. Der EMBA-Abschluss umfasst 90 ECTS-Punkte. 1 ECTS-Punkt entspricht 25 Arbeitsstunden, die sich in Präsenzunterricht und Selbststudium aufteilen. Beide Studienphasen (Fachkompetenz sowie Methoden- & Transferkompetenz) führen jeweils zu 45 ECTS-Punkten. Um eine möglichst optimale Zeitplanung während der ersten Studienphase (Fachkompetenz) zu gewährleisten, können die Zeitpunkte der Seminarbesuche (5 St. Galler Seminare à jeweils 4 Tage), in Abstimmung mit dem Studienleiter, individuell festgelegt werden. Nach dem Besuch der Seminare und des erfolgreich abgeschlossenen Fernstudiums am SGMI Management Institut St. Gallen erfolgt die Anrechnung der Phase 1 (mit 45 ECTS-Punkten) im EMBA-Programm der Middlesex University / KMU Akademie.

Für die 45 ECTS-Punkte im Rahmen des zweiten Studienphase (Methoden- & Transferkompetenz) ist keine Präsenz mehr erforderlich. Alle 3 Module können in einem zeit- und ortsunabhängigen Fernstudium sowie mit Unterstützung eines Mentors und des virtuellen Lernraums absolviert werden.

Aufgrund der beruflichen Erfahrungen der Studierenden in den einzelnen Fächern und der unterschiedlich ausgeprägten Affinität zu einzelnen Themen kann sich die aufzuwendende Zeit für das Selbststudium verkürzen.

Upgrade-Programm

Wer am SGMI Management Institut St. Gallen bereits einen Studienlehrgang absolviert oder Management-Seminare besucht hat, kann über ein „Upgrade-Programm“ in den EMBA-Lehrgang einsteigen. Bei positivem Zulassungsentscheid werden die bisherigen Studien und Seminare nach Massgabe der jeweils gültigen Anforderungen des EMBA-Programms angerechnet.

Zulassung

Zum Executive MBA-Programm werden Kandidatinnen und Kandidaten zugelassen, die folgende Voraussetzungen erfüllen:

- ▶ Qualifizierte Management- und Führungserfahrung von mindestens fünf Jahren.
- ▶ Universitätsabschluss, Abschluss an einer Fachhochschule oder anderer gleichwertiger Abschluss mindestens der Bachelor-Stufe.
- ▶ Für Kandidaten ohne Universitäts- oder Fachhochschulabschluss wird die Zulassung im Rahmen einer «Sur-Dossier-Aufnahme» durch die Zulassungskommission des akademischen Kooperationspartners geprüft.

Im Rahmen von Upgrade-Programmen können bei einem positiven Zulassungsentscheid bereits absolvierte SGMI-Studienlehrgänge und Seminare an das EMBA-Programm angerechnet werden.

Eintrittsgespräch

Nach Eingang der kompletten Bewerbungsunterlagen und Prüfung durch die Zulassungskommission werden die Kandidatinnen und Kandidaten zu einem Eintrittsgespräch eingeladen (im Online- oder Präsenzformat). Im Verlauf des Gesprächs werden die persönlichen Fähigkeiten, die Weiterbildungsziele und die beruflichen Entwicklungsperspektiven erörtert sowie ein individueller Studienplan für das Executive MBA-Programm konzipiert.

Studienplan

Der im Eintrittsgespräch definierte Studienplan beinhaltet die zeitliche und die inhaltliche Planung des gesamten Executive MBA-Programms. Dazu gehören auch die angerechneten bereits absolvierten Studienlehrgänge und Seminare. In Ausnahmefällen wie z.B. infolge Krankheit oder kurzfristig auftretender und unvorhergesehener Arbeitsbelastung kann der Studienplan durch ein schriftliches Gesuch auch noch nach bereits erfolgtem Studienbeginn angepasst werden.

Akkreditierung, Anerkennung & Validierung

Die Middlesex University London ist eine staatlich anerkannte britische Universität, welche durch die QAA (Quality Assurance Agency for Higher Education) akkreditiert ist. Die QAA ist eine unabhängige Akkreditierungsbehörde, die zu den weltweit führenden Experten im Bereich der Qualitätssicherung in der Hochschulbildung zählt. Die Middlesex University London erfüllt damit hohe internationale Standards und bietet Studiengänge an, die international anerkannt sind. Auch das hier vorliegende EMBA-Programm ist durch die AQS-Standards (Academic Quality Service) der Middlesex University validiert. Dies garantiert die kontinuierliche Qualitätssicherung und die internationale akademische Anerkennung des Studiengangs.

Vorteile

Mit dem Abschluss des Executive MBA-Programms erhalten die Absolventinnen und Absolventen das Recht, den Executive MBA-Titel der staatlich anerkannten und akkreditierten Middlesex University London zu tragen. Vor allem aber können die Studierenden nachweisen, dass sie über die folgenden Kompetenzen verfügen, u.a.:

- ▶ neue wie auch bewährte betriebswirtschaftliche Konzepte und Methoden kritisch beurteilen und praxisorientiert anwenden können;
- ▶ Arbeitsmethoden und -Instrumente ganzheitlicher Unternehmensführung verstehen und richtig einsetzen wissen;
- ▶ vernetzt denken, um in immer kürzeren Abständen wichtige, richtungsweisende unternehmerische Entscheidungen zu treffen;
- ▶ kennen der Antworten auf die zentralen Fragen zukunftsorientierter Unternehmensführung;
- ▶ in der Lage sein, anspruchsvolle (Führungs-) Aufgaben in Unternehmen oder Organisationen zu übernehmen;
- ▶ wissen, wie man ein internationales Beziehungsnetzwerk knüpft.

Bewerbungsunterlagen

Zur Zulassungsprüfung bitten wir Sie, uns folgende Unterlagen einzureichen:

- ▶ Ausgefülltes Anmeldeformular
- ▶ Lebenslauf
- ▶ Aktuelles, elektronisches Passfoto
- ▶ Kopie des Personalausweises
- ▶ Kopien der relevanten Abschlüsse und Diplome
- ▶ Zwischenzeugnis oder Funktionsbeschreibung des jetzigen Arbeitgebers

Das Anmeldeformular wie auch weitere Informationen zum EMBA-Programm finden sich im folgenden Link:

www.sgmi.ch/emba

Bitte reichen Sie die Bewerbungsunterlagen an folgende Adresse ein:

SGMI Management Institut St. Gallen
Executive MBA
Bogenstrasse 7, CH-9000 St. Gallen
E-Mail: emba@sgmi.ch

Nach Erhalt und Prüfung Ihres Bewerbungsdossiers werden Sie schriftlich über den Zulassungsentscheid informiert. Bei einem positiven Entscheid laden wir Sie zu einem Eintrittsgespräch ein, in welchem Sie auf das EMBA-Programm vorbereitet werden und in welchem Ihr persönlicher Studienplan definiert wird.

Studiengebühr

CHF 39'900.–

Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Die Studiengebühr (zzgl. 8.1% MWST) kann bei Studienbeginn oder in Semesterraten jeweils vor Beginn eines Studiensemesters bezahlt werden. Sie beinhaltet die Kosten für die Präsenzveranstaltungen und für sämtliche Studienmodule. Nicht enthalten sind Hotelleistungen wie Übernachtung und Verpflegung sowie die Bücher der Pflichtliteratur. Die Studiengebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden. Die vollständigen «Allgemeinen Geschäftsbedingungen» können im Internet unter www.sgmi.ch/agb entnommen werden.

Information und Beratung

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen zum EMBA-Programm oder für eine telefonische Beratung zur Auswahl des für Sie geeigneten Weiterbildungs-Bausteins zur Verfügung. Gerne empfangen wir Sie auch für ein unverbindliches Beratungsgespräch in unserem Studienzentrum in St. Gallen.

Studienberatung:
Gilbert Malgiaritta, lic. oec. HSG
Telefon +41 (0)71 223 50 30
Telefax +41 (0)71 223 50 32
E-Mail malgiaritta@sgmi.ch



Weitere Informationen: www.sgmi.ch/emba

Executive Master-Programme

Executive Master in General Management SGMI

Berufsbegleitendes Master-Programm für Führungskräfte der Senior-/General-Management-Ebene oder für Führungskräfte mit mindestens 5-jähriger Erfahrung in leitender Führungsposition, die sich für ihre aktuelle oder künftige Tätigkeit profunde Kenntnisse in ganzheitlicher Unternehmensführung verschaffen wollen.

Daten

Anmeldenummer: D-66126

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in Finance SGMI

Master-Diplom für Führungskräfte und Finanzspezialisten, die nach mindestens 5-jähriger Berufserfahrung im Finanz- und Rechnungswesen/Controlling eine intensive Weiterbildung in Finanzmanagement und finanzorientierter Unternehmensführung suchen.

Daten

Anmeldenummer: D-67126

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in Marketing SGMI

Berufsbegleitendes Master-Programm für Marketingleiter/-innen und Führungskräfte mit mindestens 5-jähriger beruflicher Erfahrung im Bereich Marketing, die ein umfassendes, ganzheitliches und praxisorientiertes Studium in Marketing und marktorientierter Unternehmensführung anstreben.

Daten

Anmeldenummer: D-68126

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in Sales SGMI

Master-Diplom für Verkaufs-, Vertriebsleiter und Führungskräfte mit mindestens 5-jähriger Erfahrung in Verkaufs- und Vertriebsfunktionen, die ein profundes und ganzheitliches berufsbegleitendes Studium in Verkauf/Vertrieb sowie verkaufsorientierter Unternehmensführung abschliessen wollen.

Daten

Anmeldenummer: D-69126

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in International Management SGMI

Master-Programm in einem internationalen Teilnehmerumfeld für Führungskräfte und Spezialisten mit qualifizierter Managementenerfahrung, die in multinationalen Teams arbeiten, sich auf entsprechende Aufgaben oder eine internationale Karriere vorbereiten und modernstes Wissen zu internationalem oder globalem Management auftanken wollen.

Daten

Anmeldenummer: D-76126

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp05

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Executive Master in Leadership SGMI

Berufsbegleitendes Master-Programm für Personalchefs, HR-Verantwortliche, Führungskräfte mit Management- und Führungserfahrung von mindestens 5 Jahren, die eine ganzheitliche, qualifizierte Weiterbildung in den Bereichen Human Resources Management, Leadership, Führung, Kommunikation, Selbstmanagement und Persönlichkeitsentwicklung suchen.

Daten

Anmeldenummer: D-77126

Beginn individuell festlegbar

Studiengebühr*:

CHF 29900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/emp06

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

Konzept

Die berufsbegleitenden, 18-monatigen Executive Master-Programme (EMP) sind die Alternativen zum Executive MBA (EMBA) und bieten anwendbares Management-Wissen für die Praxis. Speziell geeignet

- ▶ für Führungskräfte, die es in der Hand haben, dank gutem und richtigem Management Resultate zu erbringen, Impulse in eine Organisation hineinzutragen, Veränderungen nicht nur anzusprechen, sondern durch Programme auch zu bewirken.
- ▶ für Entscheidungsträger, die Erfolge weniger dem Zufall, als vielmehr ihrer eigenen Steuerungsfunktion überlassen und dafür neuestes Management-Wissen auftanken und mit einem Master-Abschluss dokumentieren wollen.

Die Executive Master-Programme, bestehend aus einem Basisprogramm, einem masterspezifischen Fachprogramm und einem Diplomprogramm können in den folgenden Fachrichtungen absolviert werden:

Executive Master in General Management SGM I
Ganzheitliche Unternehmensführung, General Management

Executive Master in Finance SGM I
Finanz- und Rechnungswesen, Finanzmanagement

Executive Master in Marketing SGM I
Markt- und Marketing Management

Executive Master in Sales SGM I
Verkaufs- und Vertriebsmanagement

Executive Master in International Management SGM I
Global and International Management

Executive Master in Leadership SGM I
Human Resources Management und Führung

Basisprogramm

Das Basisprogramm zu den zentralen Themen ganzheitlicher Unternehmensführung umfasst die folgenden Studieninhalte:

- ▶ **Modul I: Unternehmensführung & Strategie**
- ▶ **Modul II: Marketing & Verkaufsmanagement**
- ▶ **Modul III: Finanzen & Controlling**
- ▶ **Modul IV: Führung & Leadership**

Die Inhalte der vier Module werden im Rahmen eines Fernstudiums sowie studienbegleitender Seminare vermittelt. Zur Wissensvertiefung und -überprüfung dienen die St. Galler Wissensbausteine sowie das Erarbeiten von ganzheitlichen Fallstudien mit Zwischenqualifikationen.

Fernstudium

Im Fernstudium bearbeiten Sie die von uns zur Verfügung gestellten Lehrunterlagen sowie die masterspezifisch definierte Fachliteratur. Damit legen Sie die Basis eines grundlegenden Verständnisses der managementorientierten Betriebswirtschaftslehre.

Studienbegleitende Seminare

Zur Festigung des erlernten Wissens besuchen Sie masterspezifisch ausgewählte Seminare, verteilt auf mehrere Blöcke. Die Seminare zeichnen sich dabei durch einen sehr hohen Praxisbezug aus, um die direkte Umsetzung des Gelernten in die Praxis zu ermöglichen. Die Seminare werden je nach Vertiefungsrichtung und auf Basis Ihrer individuellen Ausgangslage im Rahmen des Studiengesprächs mit Ihnen abgestimmt. Dabei können sowohl inhaltliche wie auch zeitliche Präferenzen berücksichtigt und im persönlichen Studienplan abgebildet werden.

St. Galler Wissensbausteine

Zur Vertiefung und Überprüfung der Lehrinhalte erhalten Sie aktuelles Management-Wissen in Form von Fachberichten, Fallstudien und Arbeitshilfen.

Praxisorientierte Fallstudien

Zu jedem der vier Module erarbeiten Sie eine Case Study zur Lernfortschrittskontrolle. Durch diese Zwischenqualifikationen mit entsprechendem Feedback seitens der Studienbetreuung prüfen wir Ihren Wissensstand und können rechtzeitig auf allfällige Wissenslücken reagieren.

Fachprogramm

Das masterspezifische Fachprogramm besteht aus folgenden Bausteinen:

Fernstudium (E-learning)

Wissensergänzung und Wissensvertiefung finden in einem internationalen Kontext in englischer Sprache statt und erfolgen im Fernstudium. Nebst dem Literaturstudium nehmen Sie während einem Monat an unserem Distance-Learning-Programm teil, das in Zusammenarbeit mit führenden US-Professoren konzipiert wurde und von diesen geleitet wird.

Workshops

Die fachspezifischen Workshop-Tage dienen der Vertiefung und Umsetzung ausgewählter Themen des entsprechenden Master-Programms. Diese sind modular aufgebaut und können den individuellen Weiterbildungsbedürfnissen entsprechend ausgewählt werden. Zwei der vier Workshop-Tage dienen jeweils der Vorbereitung auf die Master-Projektarbeit. Dabei werden die Rahmenbedingungen und die Bewertungskriterien erläutert sowie das Thema Ihrer Arbeit mit Ihnen abgestimmt. Ebenso werden der zeitliche Rahmen und der Abgabetermin gemeinsam mit Ihnen definiert.

Diplomprogramm

Der Besuch der Seminare/Workshops und das erfolgreiche Absolvieren des Fernstudiums sind Voraussetzungen für die Zulassung zum Diplomprogramm bestehend aus:

Master-Projektarbeit

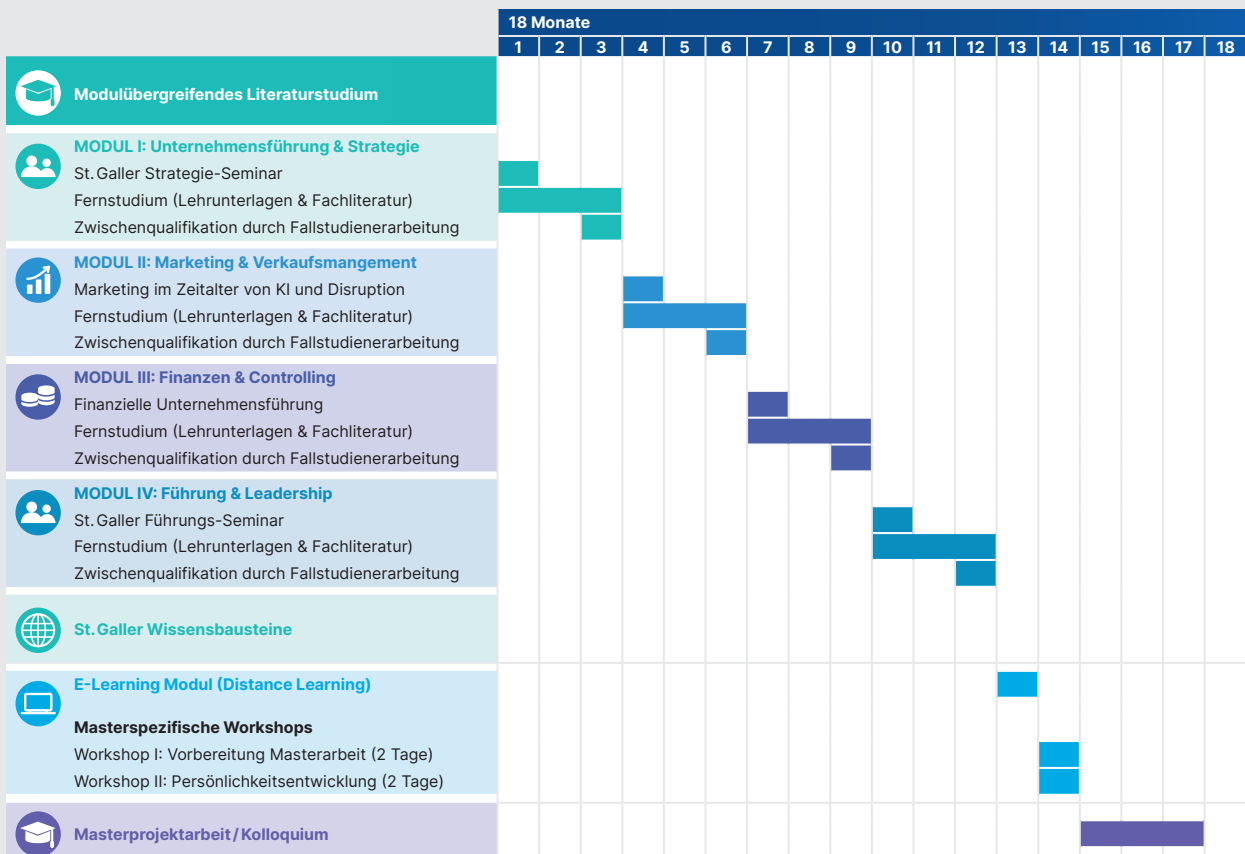
Basierend auf Ihren Vorschlägen und der inhaltlichen Abstimmung Ihrer Arbeit im Rahmen der Workshop-Tage erhalten Sie von uns das Thema für die Master-Projektarbeit zugewiesen. Das Thema muss in Ihr berufliches Umfeld passen und einen konkreten Nutzen für Ihre praktische Tätigkeit bringen. Sie haben 8 Wochen Zeit, die masterspezifische Arbeit im Umfang von 50 bis 80 Seiten zu erstellen und einzureichen. Während der Schreibzeit steht Ihnen unsere Studienbetreuung bei Fragen zur Verfügung.

Kolloquium

Im Rahmen eines 1-tägigen Kolloquiums präsentieren Sie die zentralen Erkenntnisse Ihrer Master-Projektarbeit, die dabei kritisch hinterfragt werden. Die Bewertung Ihrer Präsentation fließt dabei in die Gesamtnote der Master-Projektarbeit ein.

Master-Studienplan

Executive Master in General Management SGMI





Nils Hegerding

Vice President Pulp Sales and
Marketing Europe
Mercer Pulp Sales GmbH



«Das Studium zum «Executive Master in General Management SGM» war für mich eine grosse Bereicherung. Das vermittelte Wissen ist praxisnah und unmittelbar im beruflichen Alltag umsetzbar. Die Referenten sind ausgezeichnet und das begleitende Material umfassend. Besonders hervorzuheben ist die sehr gute Studienbetreuung und Organisation sowie die flexible Gestaltung des Ablaufs, die es erlaubt Beruf, Familie und Studium gut parallel zu bewerkstelligen. Als Kollateralnutzen werden in den verschiedenen Modulen Kontakte mit interessanten Persönlichkeiten aus anderen Branchen geknüpft, die auch über das Studium hinaus bestehen bleiben. Zusammenfassend ist die Zeit und die Energie in das Studium sehr gut investiert und auf jeden Fall weiterzuempfehlen.»



Evelyne Szegedi

Leiterin Baumanagement
ABB Schweiz AG



«Durch die flexible Einteilung der Module ermöglichte mir das SGM Management Institut St. Gallen in Zusammenarbeit mit der Kalaidos Fachhochschule Zürich die nebenberufliche Ausbildung zum Executive MBA mit Vertiefung Executive Management. Hervorragende Seminare, spannende Fallbeispiele aus der Praxis sowie stark in der Wirtschaft verankerte Dozenten machen die Lehrinhalte prägnant, relevant und verständlich. Finanzen, Strategie, Marketing oder Künstliche Intelligenz – jede Disziplin wurde abwechslungsreich vermittelt. Spannende Diskussionen und der Kontakt zu anderen Studierenden aus unterschiedlichen Branchen sind hilfreich und bereichernd. Ich würde mich erneut für das Studium entscheiden und fühle mich gut gerüstet für künftige Aufgaben.»



Dr. Lars Börger

Innovation & IP Management
Performance Chemicals BASF



«Besonders begeistert an dem Executive Master-Studium hat mich die ganzheitliche systemische Sicht auf das Unternehmen. Dadurch haben sich mir auch in der praktischen Anwendungen viele Zusammenhänge betrieblicher Abläufe erschlossen. Das Studium ist sehr ausgewogen und besticht durch die klare Didaktik und Qualität der Referenten. Das St. Galler-Modell gibt einem das Werkzeug an die Hand, sich in der komplexen Materie der Unternehmensführung selbstständig zu bewegen und urteilsfähig zu sein. Ich kann das Studium nur wärmstens empfehlen.»



Sascha Rettkowski

Head of Sales Support & Service
ZEISER GmbH

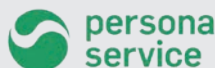


«Der flexible Aufbau des Programms während der ersten beiden Semester bei SGM, sowie die Samstage in Semester 3 und 4 bei Kalaidos machten das nebenberufliche Studium zum Executive MBA überhaupt erst möglich. Alle Dozenten waren sehr praxisorientiert unterwegs, was das Verständnis und die spätere Anwendung enorm vereinfacht hat. Während den Veranstaltungen habe ich viele interessante Personen treffen dürfen, mit denen wir spannende Diskussionen führen können. Ich würde mich wieder für die Kombination SGM/Kalaidos entscheiden.»



Melanie Vinci

Geschäftsleitung
persona service AG & Co. KG



«Die Weiterbildungsangebote von SGM stehen jeher für Qualität, erstklassige DozentInnen, ein hohes Verständnis für Wirtschaft, Praxis, Zusammenhänge und konsequente Entwicklung entlang der Veränderungen der Unternehmen in einer global vernetzten Welt. Für mich das absolute Highlight meiner Reise ist die Erlangung meines nebenberuflichen Executive MBA. In Zusammenarbeit mit Kalaidos habe ich vom ersten Moment eine umfassende Betreuung erhalten. Nicht nur inhaltlich auch organisatorisch. Von dem Erstkontakt vor Aufnahme des Studiums bis zum Abschluss war alles einfach hoch professionell. Über 2.5 Jahre hat das SGM mich perfekt durch diese Zeit und zu einer hervorragenden Abschlussnote geleitet. Mit voller Überzeugung kann ich das SGM allen empfehlen, die an hochkarätiger Weiterqualifizierung bei gleichzeitig erstklassigem Support interessiert sind.»



Lisa Dreischl

IT Service Owner
Bayerische Landesbrandversicherung
Aktiengesellschaft



«Der ganzheitliche Ansatz des St. Galler Management Modells verbunden mit der Möglichkeit, einen speziellen Bereich zu vertiefen, haben mich davon überzeugt, mein Executive Master Programm am SGM Management Institut St. Gallen zu absolvieren. Ich habe mich für die Vertiefung 'HR Management & Leadership' entschieden, da die zentrale Ressource eines jeden Unternehmens meines Erachtens die Menschen sind. Ich wollte hier ansetzen und den Menschen als Ganzes und insbesondere im Kontext der Führung besser verstehen. Besonders im Gedächtnis ist mir in diesem Zusammenhang das Modul 'Neuro Intelligent Leadership' geblieben. Ich war mit dem Aufbau und der Struktur des Studiums sehr zufrieden, vor allem mit der Tatsache, dass die Inhalte nicht ausschließlich theoretischer Natur waren, sondern so praxisnah dargestellt wurden, dass ich in der täglichen Arbeit davon profitiere.»

SGMI Master of Management

1- bis 2-jähriges, berufsbegleitendes Studium für leistungsorientierte Führungskräfte, Spezialisten und hoch talentierte Nachwuchsführungskräfte; Kombination von Fernunterricht und Teilnahme an Management-Seminaren, Lernkontrolle durch Zwischenqualifikationen, Abschluss durch praxisorientierte Diplomarbeit als «SGMI Master of Management».

Konzept

Der Lehrgang zum «SGMI Master of Management» bezweckt, leistungsorientierten Führungskräften, Spezialisten und hoch talentierten Nachwuchsführungskräften und Praktikern den Zugang zu einem praxisorientierten betriebswirtschaftlichen Studium zu ermöglichen. Nach ein-, maximal zweijährigem berufsbegleitendem Fernstudium in Kombination mit 16 studienbegleitenden Seminartagen, regelmässigen Zwischenqualifikationen und einer abschliessenden Diplomarbeit mit Präsentation, kann das vom SGMI Management Institut St. Gallen verliehene Diplom zum «SGMI Master of Management» erworben werden. Die intensive Weiterbildung unterstützt Sie in Ihrem Beruf als «Manager» oder bereitet Sie auf diese Aufgabe vor und dokumentiert Ihr ganzheitliches, umfassendes Verständnis für Unternehmensführung und Betriebswirtschaft.

Lehrinhalte

Der Lehrstoff zum «SGMI Master of Management» umfasst die folgenden vier Module:

- ▶ **Modul I: Unternehmensführung & Strategie**
- ▶ **Modul II: Marketing & Verkaufsmanagement**
- ▶ **Modul III: Finanzen & Controlling**
- ▶ **Modul IV: Führung & Leadership**

Alle vier Module beinhalten den Besuch eines fachspezifischen Seminars und des damit verbundenen Fernstudiums, bestehend aus

- ▶ dem Studium der Lehrunterlagen und der modul-spezifischen Fachliteratur
- ▶ sowie der Erarbeitung einer praxisorientierten Case Study zur Lernfortschrittskontrolle und Zwischenqualifikation.

Studienbeginn, Studiendauer

Der Studienbeginn kann individuell festgelegt werden. Der Lehrplan ist so aufgebaut, dass der Diplomlehrgang innert 12 Monaten ab Studienbeginn abgeschlossen werden kann. Die Studiendauer wird unter Berücksichtigung der Zeitplanung des/der einzelnen Absolventen/in individuell festgelegt. Die maximale Studiendauer beträgt 24 Monate. In Ausnahmefällen wie z. B. infolge Krankheit oder kurzfristig auftretender und unvorgesehener Arbeitsbelastung kann durch ein schriftliches Gesuch die Studienzeit verlängert werden

Zeitliche Beanspruchung

Berufsbegleitendes Fernstudium

Der durchschnittliche Zeitbedarf für das Bearbeiten des berufsbegleitenden Fernstudiums (bestehend aus dem Studium der Lehrunterlagen und der Fachliteratur sowie der Erarbeitung von Case Studies als Lernfortschrittskontrolle) beträgt etwa 8 Stunden pro Woche (z. B. 2 Abende).

Studienbegleitende Seminare

Der Zeitbedarf für die Teilnahme an den studienbegleitenden Präsenzseminaren beläuft sich auf insgesamt 16 Tage, aufgeteilt in 4 Blöcke. Die Zeitpunkte der Seminarbesuche können dabei individuell festgelegt werden.

Aufnahme und Zulassungsvoraussetzungen

Über die Aufnahme zum Diplomlehrgang entscheidet die SGMI-Studienkommission. Anmeldungen können nur dann berücksichtigt werden, wenn die Bewerberin/der Bewerber die Zulassungsbedingung einer qualifizierten Praxiserfahrung von mindestens 3 Jahren erfüllt. Gerne steht Ihnen unsere Studienberatung für Informationen bezüglich Aufnahme und Zulassungsvoraussetzungen zur Verfügung.

Daten

Anmeldenummer:	D-60126
Beginn:	individuell festlegbar
Fernstudium:	berufsbegleitend
Seminare:	individuell zusammengesetzt
Diplomarbeit:	frühestens nach 12 Monaten
Prüfungsvorbereitung:	ca. 2 Monate vor der Prüfung (optional)

Studiengebühr

CHF 23 900.– Rechnungsstellung in EUR
zum aktuellen Tageskurs möglich



Die Studiengebühr (zzgl. 8.1% MWST) kann bei Studienbeginn oder in Semesterraten jeweils vor Beginn eines Studiensemesters bezahlt werden.

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



Mit ECTS Credits an das staatlich anerkannte Executive MBA anrechenbar. S. 110ff.



Stephan Tafferner

Vertriebsleiter Region Süd
Prokurist
Pluradent AG & Co K



«Erfolgreiches Management bedingt ein ganzheitliches Vorgehen. Dieses ist mit der praxisorientierten, betriebswirtschaftlichen Ausbildung zum «Dipl. Betriebsökonom SGMI» bestens gewährleistet. Eine professionelle Studienbegleitung und die Spezialisten aus der Praxis unterstreichen das top Niveau dieser Management-Weiterbildung. Das intensive Selbststudium der Lehrgangsunterlagen Unternehmensführung & Strategie, Führung & Leadership, Marketing & Verkaufsmanagement sowie Finanzen & Controlling wird durch Praxisseminare und anspruchsvolle Fallstudien ergänzt. Wissen und Kompetenzen werden aufgebaut und können wirkungsvoll im Geschäftsalltag umgesetzt werden. Die praktische Abschlussarbeit ist das Sahnehäubchen dieser anspruchsvollen Weiterbildung am SGMI. Ich bin stolz, diese Herausforderung angenommen zu haben!»



Arben Gojani

Versicherungs- /Vorsorge-
und Firmenberater
Allianz Suisse



«Die Ausbildung zum «Dipl. Betriebsökonom SGMI» hat mich aufgrund des ganzheitlichen betriebswirtschaftlichen Studiums auf der Basis des St. Galler Management-Modells sehr überzeugt. Die erstklassigen Dozenten und das internationale Teilnehmerfeld aus den unterschiedlichsten Branchen werten die anspruchsvollen Seminare enorm auf. Das erlernte Wissen sowie die zur Verfügung gestellten Tools und Hilfsmittel kann ich im Alltag bestens einsetzen. Diese Top-Ausbildung kann ich allen Führungskräften nur empfehlen. Eine Investition, die sich absolut lohnt.»



Gerhard Marty

Leiter Produktion/QS
Reismühle Brunnen,
Division der Coop, Basel



«Ich habe den Lehrgang «Dipl. Betriebsökonom SGMI» gewählt, um mein Wissen für die Betriebsführung zu vervollständigen. Der ganzheitliche St. Galler Ansatz ist das Kernstück des Studiums, der sich wie ein roter Faden durch die Weiterbildung zieht und sich praxisnah einsetzen lässt. Die sehr gut moderierten Seminarblöcke machen es möglich, sich vertieft mit den verschiedenen Themen auseinander zu setzen. Die Unterlagen und die Beispiele aus der Praxis waren top aktuell, so dass die Lehrinhalte sehr interessant und abwechslungsreich gestaltet waren. Die zeitliche Beanspruchung ist intensiv und benötigt ein strukturiertes Vorgehen, um den gesamten Lernstoff zu erarbeiten. Fazit: als gesamtheitliche Weiterbildung in der Betriebswirtschaft für Führungskräfte ist es die optimale Form der Wissensaneignung. Meine Erwartungen wurden mehr als erfüllt.»



Marco Eggenberger

Projektleiter
Weltklasse Zürich



«Die zunehmende Verantwortung, die mir im Laufe meiner Tätigkeit vom Arbeitgeber übertragen wurde, gekoppelt mit dem persönlichen Ehrgeiz, mir mehr Betriebswirtschaftswissen anzueignen, riefen eine entsprechende Weiterbildung auf meinen Karriereplan. Das SGMI Management Institut St. Gallen wurde mir bezüglich idealen Optionen einerseits von Arbeitskollegen empfohlen und übertrumpfte andererseits punkto Programmflexibilität die vergleichbaren Ausbildungsinstitutionen. Die sehr professionelle und persönliche Beratung, die ich im Umfeld der Auswahl des spezifischen Lehrgangs erfuhr, war schliesslich für die Entscheidung, am SGMI zu beginnen, ausschlaggebend. Für diesen Schritt bin ich bis heute dankbar. Die Weiterbildung verlief wie vom Institut in Aussicht gestellt und erfüllte in jedem Sinne meine Erwartungen. Von der Flexibilität des Instituts in Bezug auf die Intensität meines Studieneinsatzes profitierte ich im Event Management besonders. Diese Qualität des Lehrgangs zeigte sich des Weiteren auch in den einzelnen Fachrichtungen. So war mein Vorwissen im Marketing berufsbedingt klar am grössten und in Finanzen & Controlling am kleinsten. Der Lernstoff und die Seminare waren jedoch so ausgelegt, dass ich mein Wissen im Marketing sehr gewinnbringend vertiefen und in Finanzen & Controlling vieles neu erschliessen konnte. Diese Erfahrung teilen übrigens auch diverse „Studienkollegen“, welche zum Beispiel ihre Kernkompetenzen im Finanzbereich oder dem operativen Management einer IT-Firma hatten. Ein weiterer Grund also, weshalb ich diesen Diplomehrgang wärmstens empfehlen kann.»



Reto Wyss

Manager / IT Security Officer
Technical Competence Center
Institut Straumann AG



«Investition in die Zukunft! Jeder der sich die Frage stellt, sich in betriebswirtschaftlicher Richtung weiterzubilden, sollte sich auf jeden Fall den Lehrgang zum «Dipl. Betriebsökonom SGMI» anschauen. Schon beim ersten Kontakt am Studiengespräch, spürt man die praxisorientierte Vorgehensweise. Durch erfahrene Spezialisten beim SGMI fühlt man sich gut aufgehoben und beraten. Dies widerspiegelte sich – wie ein roter Faden – durch die sehr professionell organisierten und durchgeführten Seminare. Die Möglichkeit, die Seminare individuell nach Wissensstand und Bedarf zusammenzustellen, hilft zusätzlich, den Lehrplan attraktiv zu gestalten und auf sich selber abzustimmen. Ein zusätzlicher positiver Nebeneffekt war, innerhalb der Seminarblöcke sehr interessante Kollegen und Freunde kennen lernen zu können. Erfahrungen aus allen Business- wie auch aus persönlichen und privaten Bereichen prallten aufeinander und wurden ausgetauscht. Die Seminare, Kursunterlagen, Fallbeispiele und Prüfung sind sehr anspruchsvoll. Jeder der sich zu dieser Weiterbildung entscheidet, muss entsprechend seinen Teil zum guten Gelingen beitragen. Es waren 1½ Jahre sehr gut investierte Zeit und investiertes Geld!»

St. Gallen Management-Diplome

Mit dem Absolvieren von St. Galler Diplomprogrammen akzentuieren die Diplomandinnen und Diplomanden ihre Kompetenz in der ganzheitlichen Erfassung von praxisrelevanten Herausforderungen in ihrer eigenen Berufswelt. Ausgewählte Management-Themen werden in Form von 6- bis 9-monatigen Diplomlehrgängen intensiv und fokussiert bearbeitet. Das Ergebnis: ein St. Galler Diplom, ausgestellt auf Basis einer Diplomarbeit zu einem Thema aus dem eigenen Unternehmensumfeld.

Aufbau

Der Diplomlehrgang besteht aus zwei Blöcken:

Block 1:

- ▶ 7-8 Seminartage
- ▶ 4 Vertiefungsworkshop-Tage

Block 2:

- ▶ Praxisbezogene Diplomarbeit zu einem aktuellen Thema aus dem eigenen Arbeitsumfeld
- ▶ Literaturstudium
- ▶ Kolloquium (1 Tag)

Konzept

1. Seminare

In 2 × 3-4 Tagen wird das Diplom-spezifische Wissen praxis- und anwendungsorientiert vermittelt.

2. Workshops

In zwei 2-tägigen Workshops werden ausgewählte Themen aus den Seminaren vertieft und trainiert. Zudem werden die Teilnehmenden auf die Diplomarbeit vorbereitet.

3. Literaturstudium

Ausgewählte Bücher und Standardwerke dienen der Wissensvertiefung und der Einarbeitung in die Diplomarbeit.

4. Diplomarbeit

Basierend auf Ihren Themenvorschlägen haben Sie vier Wochen Zeit, eine Diplomarbeit zu verfassen, die einen konkreten Nutzen für Ihre praktische Tätigkeit liefert.

5. Kolloquium

Im Rahmen eines 1-tägigen Kolloquiums «verteidigen» Sie Ihre Diplomarbeit gegen kritisches Hinterfragen.

6. Diplom

Das Diplom wird verliehen für

- ▶ die aktive Teilnahme an Seminar und Workshops,
- ▶ eine qualitativ überzeugende Diplomarbeit,
- ▶ die Kenntnis der themenspezifischen Literatur und
- ▶ ein erfolgreich bestandenes Kolloquium.

St. Galler General Management-Diplom

Der St. Galler General Management-Diplomlehrgang vermittelt modernes Wissen zur Führung von Unternehmen, Geschäftsbereichen, Tochtergesellschaften, Filialen und Teilbereichen mit Ergebnis- oder Kostenverantwortung. Mit dem Erwerb des St. Galler General Management-Diploms belegen Sie ein grundlegendes Verständnis des ganzheitlichen Managements, das unabdingbare Voraussetzung für die Übernahme einer General Management Funktion ist.

Themenschwerpunkte

- ▶ Ganzheitliche Unternehmensführung
- ▶ Strategisches Management
- ▶ Künstliche Intelligenz in der Unternehmenssteuerung
- ▶ Von der Strategie zur Implementierung
- ▶ Finanzielle Führung
- ▶ Analyse von Reportings
- ▶ Controlling
- ▶ Leadership und Führung
- ▶ Kommunikation und Motivation
- ▶ Human Resources Management

Studiengebühr*:

CHF 14 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Daten, Detailinformationen & Anmeldung: www.sgmi.ch/gmd01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Marketing Management-Diplom

Intensiv-Lehrgang zu den zentralen Themen des Marketing Managements mit dem Ziel, dank berufsbegleitendem Engagement das Diplom «St. Galler Marketing Management-Diplom» zu erwerben und sich für eine Marketing-Funktion zu qualifizieren. Mit dem Erwerb des Diploms dokumentieren Sie, dass Sie diese Konzepte einer kundenorientierten Unternehmensführung kennen und zum Einsatz bringen können.

Themenschwerpunkte

- ▶ Von Kundenorientierung zu Total Customer Care
- ▶ Marketing-Konzepte im Zeitalter von KI
- ▶ Markt-, Kunden- und Konkurrenzanalysen
- ▶ Strategische Segmentierung
- ▶ Erarbeiten und Umsetzen von Marketing-Strategien
- ▶ KI-gestützte Marketing-Prozesse
- ▶ Digitale Kundenkommunikation
- ▶ Verkaufs- und Vertriebskonzepte
- ▶ Key Account Management, Preisstrategien
- ▶ Online Marketing
- ▶ Marketing-Controlling

Studiengebühr*:

CHF 14 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Daten, Detailinformationen & Anmeldung: www.sgmi.ch/smd01

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Mit ECTS Credits an das staatlich anerkannte Executive MBA anrechenbar. S. 110ff.

St. Galler Verkaufsmanagement-Diplom

Berufsbegleitender Intensiv-Lehrgang zu den zentralen Themen des Verkaufsmanagements mit dem Ziel, das «St. Galler Verkaufsmanagement-Diplom» des SGMI Management Instituts verliehen zu bekommen. Der Lehrgang vermittelt modernstes Sales Management-Wissen. Speziell geeignet für qualifizierte Mitarbeiter/innen aus kunden- und verkaufsorientierten Funktionen, die ihren beruflichen Erfolg durch eine qualifizierte Verkaufsausbildung absichern wollen.

Themenschwerpunkte

- ▶ Ganzheitliches Verkaufs- und Marketing-Management
- ▶ Die Optimierung des Kundennutzens
- ▶ Voraussetzungen für Verkaufs- und Markterfolg
- ▶ Markt-, Kunden- und Konkurrenzanalysen
- ▶ Digitales Marketing mit KI-Unterstützung
- ▶ Von der Marketing-Strategie zum Verkaufskonzept
- ▶ Produkt-/Marktkonzepte
- ▶ Die Steuerung des Verkaufsprozesses
- ▶ Key-Account-Management, E-Commerce
- ▶ Verkaufscontrolling, Verkaufsführung

Studiengebühr*:

CHF 14 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Daten, Detailinformationen & Anmeldung: www.sgmi.ch/smd02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Finanz & Controlling-Diplom

Intensivlehrgang zu den zentralen Themen des Finanz- und Rechnungswesens/Controllings mit dem Ziel, dank berufsbegleitendem Engagement das «St. Galler Finanz & Controlling-Diplom» zu erwerben. Der Diplomlehrgang vermittelt systematisches, praxisnahes Wissen über die wichtigsten Instrumente und Zusammenhänge des Finanz-, Rechnungswesens und Controllings sowie der Rendite- und Ergebnissteuerung – die Basis für fundierte strategische und operative Business Entscheidungen.

Themenschwerpunkte

- ▶ Das Finanzwirtschaftskonzept im Überblick
- ▶ Financial Basics, Finanzielle Führung
- ▶ Kennzahlenanalyse
- ▶ Planung und Budgetierung im Zeitalter von KI
- ▶ Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung
- ▶ Cash Management, Finanzierung
- ▶ Kostenrechnung und Kalkulation
- ▶ Deckungsbeitragsrechnung und Break-Even-Analyse
- ▶ Value Management

Studiengebühr*:

CHF 14 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Daten, Detailinformationen & Anmeldung: www.sgmi.ch/smd04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Produktmanagement-Diplom

Intensiv-Lehrgang zu den zentralen Themen erfolgreichen Produktmanagements mit dem Ziel, berufsbegleitend das «St. Galler Produktmanagement-Diplom» zu erwerben. Das moderne Produktmanagement ist eine umfassende Führungsaufgabe, die von der Markt- und Konkurrenzanalyse bis zum Verkaufserfolg führt. Der Lehrgang setzt hier an und vermittelt modernstes, praxisorientiertes Wissen mit Diplomabschluss.

Themenschwerpunkte

- ▶ Kernelemente des Marketing-Managements
- ▶ Produktkonzept, Produktstrategie
- ▶ Kundenstrategien und Customer Centricity
- ▶ KI-gestütztes, digitales Produktmanagement
- ▶ Einfluss von digitalen Kanälen wie Online Marketing, Social Media und Influencer Marketing
- ▶ Erfolg im Verkauf, Verkaufs- und Vertriebskonzepte
- ▶ Planung, Budgetierung, Kostenrechnung
- ▶ Investitionen und Wirtschaftlichkeitssteuerung
- ▶ Die Führungsaufgabe des Produktmanagers
- ▶ Teams erfolgreich führen

Studiengebühr*:

CHF 14 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Daten, Detailinformationen & Anmeldung: www.sgmi.ch/smd03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Leadership-Diplom

Führungstraining mit dem Ziel, die Kompetenz als Führungskraft zu steigern und eigene Leadership-Qualitäten durch das St. Galler Diplom zu dokumentieren. Wer Mitarbeiter motiviert auf gemeinsame Ziele ausrichten will, wer den Wirkungsgrad der eigenen Leistung multiplizieren will, braucht Führungskompetenz. Mit diesem Lehrgang belegen Sie Fähigkeiten zu sozialer Kompetenz einerseits und zum Einsatz von Führungsmethoden andererseits.

Themenschwerpunkte

- ▶ Der St. Galler Führungsansatz
- ▶ Resultatorientierte Führung
- ▶ Soziale und emotionale Kompetenz
- ▶ Teamentwicklung, Teamcoaching
- ▶ Wirkungsvoll kommunizieren
- ▶ Konfliktmanagement
- ▶ Gesetze effektiver Mitarbeiterführung
- ▶ Führen mit Zielen, Zielvereinbarung
- ▶ Moderne Coaching-Instrumente
- ▶ Leadership Management
- ▶ Von agiler Führung über KI bis zu hybriden Arbeitsmodellen

Studiengebühr*:

CHF 14 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Daten, Detailinformationen & Anmeldung: www.sgmi.ch/smd05

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

International Management Certificates

Konzept

Die berufsbegleitenden Management Certificate Programme bieten kompaktes, praxisnahes Management-Wissen in einem internationalen Umfeld, geleitet von führenden US-Professoren. Speziell geeignet für Führungskräfte, die trotz knappen Zeitressourcen, unterstützt durch moderne Lerntechnologien (Blended Learning), neuestes Management-Wissen aufräumen und einen «Certificate»-Abschluss erreichen wollen. «Management Certificates» werden in folgenden Themenbereichen angeboten.

Aufbau

Die Management Certificate Programme umfassen 4 Intensiv-Seminarstage, ein 1-monatiges Distance-Learning-Programm, das Studium der relevanten Literatur und eine 1-monatige Projektarbeit. Die Mindestdauer für die Erlangung des Certificates beträgt 3 Monate.

1. Seminar

Der Einstieg erfolgt über ein 3- bis 4-tägiges Seminar, welches in deutscher oder englischer Sprache absolviert werden kann.

2. Fernstudium

Wissensergänzung und Wissensvertiefung finden in einem internationalen Kontext in englischer Sprache statt und erfolgen im Fernstudium. Nebst dem Literaturstudium nehmen Sie während einem Monat an unserem Distance-Learning-Programm teil, das in Zusammenarbeit mit führenden US-Professoren konzipiert wurde und von diesen geleitet wird.

3. Projektarbeit (Praxisteil)

Der Praxisteil sorgt dafür, dass das Programm einen konkreten Bezug zu Ihrem beruflichen Umfeld generiert. Sie wählen ein Thema oder Projekt aus Ihrem Arbeitsumfeld und verfassen in deutscher oder in englischer Sprache eine 30 bis 50-seitige Seminararbeit.

4. Certificate

Der erfolgreiche Abschluss führt zum «St. Galler Certificate» des SGMI Management Instituts St. Gallen.



Walter Rodriguez
Prof. Dr.
FGCU, Ft. Myers, USA



St. Galler Business Strategy Certificate

Berufsbegleitender Management-Certificate-Lehrgang für Führungskräfte und Spezialisten, die

- ▶ eine umfassende Aus- und Weiterbildung in strategischem Management anstreben
- ▶ bereits strategische Verantwortung innehaben und zu ihrer Praxistätigkeit das nötige theoretische und wissenschaftliche Rüstzeug erwerben wollen
- ▶ selbst Strategien erarbeiten müssen
- ▶ demnächst strategische Verantwortung übernehmen werden.

Studiengebühr*:

CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Daten, Detailinformationen & Anmeldung: www.sgmi.ch/imc02

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Marketing Management Certificate

Berufsbegleitendes Programm für

- ▶ Führungskräfte, Spezialisten und Nachwuchskräfte mit Marketing- und marketingnahen Funktionen wie Marketingleitung, Verkauf, Produkt- oder Key-Account-Management, Marktforschung, Markenpolitik, Design, Vertrieb u. a.
- ▶ Techniker, Ingenieure, Juristen, Naturwissenschaftler oder Spezialisten aus Nicht-Marketing-Funktionen, die ein Marketing-Intensivprogramm absolvieren und ein Management-Certificate erlangen wollen.

Studiengebühr*:

CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Daten, Detailinformationen & Anmeldung: www.sgmi.ch/imc03

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

St. Galler Financial Management Certificate

Berufsbegleitender Management-Certificate-Lehrgang zu Finanz- und Rechnungswesen, Controlling und Finanzmanagement für

- ▶ Führungskräfte, die heute oder in naher Zukunft die Verantwortung für finanzielle Ergebnisse tragen
- ▶ Leiterinnen/Leiter von Bereichen, (Haupt-) Abteilungen oder Projekten ohne vertiefte Kenntnisse der finanziellen Führung
- ▶ Spezialisten/Praktiker aus allen Bereichen, die eine umfassende finanzwirtschaftliche Ausbildung suchen.

Studiengebühr*:

CHF 8900.- (zzgl. 8.1% MWST)

Daten, Detailinformationen & Anmeldung: www.sgmi.ch/imc04

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Mit ECTS Credits an das staatlich anerkannte Executive MBA anrechenbar. S. 110ff.



Sabine Hammer

Director, Chief of Staff EMEA
Lenovo, Infrastructure Solutions Group
General Management-Diplom SGM I



«Die Absolvierung des «General Management-Diploms SGM I» ist ein wichtiger Baustein für meine Weiterentwicklung gewesen. Ich kann dies insbesondere TeilnehmerInnen empfehlen, die sich zum bzw. innerhalb des C-Level weiterentwickeln wollen. Besonders profitiert habe ich vom Mix aus theoretisch fundiertem Wissen, den direkt einsetzbaren Tools sowie der praktischen Erfahrung der Dozenten. Des Weiteren überzeugt das breite Spektrum der TeilnehmerInnen aus unterschiedlichen Ländern und Branchen, die zum Transfer in den vielen praktischen Workshops und Gruppenarbeiten zum Lernerfolg beigetragen haben und auch ein Netzwerk zum Austausch in der Zukunft bilden.»



Dr. Gerhard Beyer

Bereichsleiter
Tenneco Automotive Germany
Heinrich Gillet GmbH
International Management-Diplom SGM I



«Gerade für technische Leiter bietet der Lehrgang hochinteressante, betriebswirtschaftliche Zusatzkenntnisse.»



Dr. Thomas Doege

Geschäftsführer
General Management-Diplom SGM I

«Meine Erwartungen wurden voll und ganz erfüllt: Referenten auf Top-Niveau, eine professionelle Organisation und ein sehr starker Praxisbezug. Alle wesentlichen Blöcke zur erfolgreichen Führung von Unternehmen wurden intensiv vermittelt.»



Heiko Vierheilig

Sales District Manager
Sales Management Europe
SEW-EURODRIVE GmbH & Co KG
International Management-Diplom SGM I



«Die Weiterbildung zum «International Management-Diplom» am SGM I war für mich eine exzellente Erweiterung meines Managementwissens. Speziell durch die praxisorientierte Ausrichtung der Dozenten konnte das theoretische Wissen anschaulich vermittelt werden. Weiterhin wurden hilfreiche Tools für die tägliche Arbeit angeboten. Ein Highlight war die Seminarwoche in Boston, welche spannende internationale Inhalte zu bieten hatte.»



Simon Probst

Abteilungsleiter Gebäudemanagement
LBS Landesbausparkasse Südwest
General Management-Diplom SGM I



«Der Diplomehrgang war für mich eine Bereicherung. Theorie und Praxis wurden verständlich in den einzelnen Themenbausteinen miteinander verbunden. Die kompetenten Referenten vermittelten in angenehmer Atmosphäre die Lerninhalte und gingen wohlwollend auf alle Fragen ein. Auch bei der Ausarbeitung der Diplomarbeit war stets Unterstützung durch einen Referenten geboten. Der Austausch mit vielen interessanten Teilnehmern bot einen enormen Mehrwert.»



Achim Motte

Senior Manager
Bayer AG
General Management-Diplom SGM I



«Die Themen des Diplomehrgangs waren sehr interessant ausgewählt und bildeten einen Querschnitt der wichtigsten Bereiche, die ein Mitarbeiter im General Management abdecken muss. Vermittelt wurde der Lehrstoff von sehr kompetenten und erfahrenen Dozenten, die die Seminare durchweg spannend und kurzweilig gestalteten. Insbesondere die konsequente Praxisorientierung hat mir sehr gut gefallen, wobei die Case Studies sehr anspruchsvoll aufgearbeitet waren. Ein wichtiges Kriterium war auch die angenehme Teilnehmeranzahl, die den Lehrgang nicht zu einer Massenveranstaltung abrutschen liess. Die Erstellung der Diplomarbeit war sicherlich nochmals eine persönliche Herausforderung, sowohl im fachlichen Bereich als auch vom zeitlichen Aufwand. Rückblickend muss ich aber sagen, dass dies eine Erfahrung war, die ich nicht missen möchte und die mich persönlich sicherlich weiter geprägt hat. Zusammenfassend kann ich festhalten, dass der Studiengang eine runde Sache war, die Spass gemacht hat und die sicherlich auch zu einem Value Added für meinen Arbeitgeber geführt hat.»



Marco Diederling

Geschäftsführer
Franke bremer GmbH
General Management-Diplom SGM I



«Ein wirklich sehr guter Diplomehrgang. Alle wesentlichen Punkte der Unternehmensführung wurden inhaltlich auf- und mit uns Teilnehmern abgearbeitet. Sehr gute Dozenten, die es verstehen, einen ausgewogenen Mix zwischen Theorie und Praxis zu gewährleisten. Insbesondere die Themenbereiche Strategie und Finanzielle Führung möchte ich speziell hervorheben: Die Strategiethemata lassen sich sehr gut in das eigene Berufsumfeld integrieren, das Thema Finanzen wurde durch Top-Referenten lebendig veranschaulicht.»

Auszug Teilnehmerstimmen Diplomprogramme



Thomas Spiller

Senior Projektleiter / Redakteur
SUPER RTL
RTL DISNEY Fernsehen GmbH & Co. KG
Dipl. Marketingleiter SGMI



«Die Erwartungshaltung an ein renommiertes Managementinstitut wie das SGMI war beachtlich, als ich mich für die Aufnahme des Studiengangs zum «Dipl. Marketingleiter SGMI» entschied. Das SGMI hat sich hierbei vom Erstkontakt an, über die Beratung und das anschliessende Studium hinweg, als zuverlässiger Partner erwiesen. Meine Anforderung nach einer praxisorientierten, zeitgemässen und akademisch anspruchsvollen Ausbildung im Bereich Marketing wurden durch den Studiengang erfüllt. Da die Teilnehmer der Seminare aus unterschiedlichen Branchen kamen, fand ein reger Austausch über die Grenzen des eigenen Fachbereichs hinaus statt, der viele interessante Insights bieten konnte. Die Qualität der Lehre, getragen durch die Dozenten des SGMI, war insgesamt sehr gut und die erlernte Theorie hat in der Zwischenzeit ihre praktische Bewährungsprobe im Unternehmen bestehen können. Insgesamt fällt es mir daher schwer, über diesen Studiengang ein anderes Urteil als ein hervorragendes zu fällen.»



Beatrice Bachmann

Fachbereichsleiterin
Universitätsspital Basel
Dipl. Controllerin SGMI



«Da ich seit 30 Jahren im Gesundheitswesen tätig bin, wählte ich bewusst einen Lehrgang welcher sich an die Privatwirtschaft anlehnt. Die fachliche Kompetenz der Referenten war beeindruckend, da sehr praxisnah und auf sehr hohem Niveau Wissen vermittelt wurde. Der rege Erfahrungsaustausch untereinander hat viele komplexe Abläufe im Gesundheitswesen relativiert. Meine Erwartungen wurden voll erfüllt und ich werde nach einer kurzen Verschnaufpause das Executiv Master-Programm besuchen.»



Adrian Bach

Product Manager
Georg Fischer Rohrleitungssysteme
(Schweiz) AG
Dipl. Marketingleiter SGMI



«Ich habe in mehreren Studienmodulen alle wesentlichen und aktuellen Grundlagen des Marketings vertieft. Die Zeit zwischen den einzelnen Modulen konnte sinnvoll überbrückt werden und das erlernte Wissen hat während der Arbeitszeit bereits erste Früchte getragen. Neben theoretischem Fachwissen werden auch Fallstudien bearbeitet, die für mich sehr hilfreich sind und welche die vielen Themen rund um das Thema Marketing sehr gut veranschaulicht haben. Alles in allem eine grossartige Erfahrung, die Zeit sinnvoll zu nutzen und neue Methoden und Erkenntnisse von ausgesprochen fähigen Referenten zu erfahren! Sehr empfehlenswert und eine persönliche Bereicherung!»



Tanja Gnauck-Waskowski

Leiterin Produkt- und Segments-
management/Mitglied der Direktion
Basler Kantonalbank
Dipl. Produktmanagerin SGMI



«Raus aus dem Arbeitsalltag, hinein in den Seminarraum! Die Ausbildung am SGMI Management Institut St. Gallen kombiniert in gelungener Art und Weise theoretisches Wissen mit praktischen Anwendungsbeispielen. Das bereits vorhandene Wissen aus meinem Studium konnte ich auffrischen bzw. vertiefen. Durch die Aufarbeitung eines Praxisthemas in der Diplomarbeit konnten die erlernten Inhalte gleich angewandt werden. Der Aufwand hat sich definitiv gelohnt!»



Dr. Michael Stefan Rill

Projektleiter
Carl Zeiss AG
Dipl. Produktmanager SGMI



«Als Naturwissenschaftler hat man in der Regel relativ wenig Vorwissen zu Wirtschaftsthemen wie Marketing und Controlling. Deshalb wurde mir empfohlen, ein berufsbegleitendes Weiterbildungsprogramm zu belegen, das vor allem praxisrelevante Details vermittelt. Mein SGMI-Diplom absolvierte ich begleitend zum Job-Einstieg als Produktmanager und konnte daher die erlernten Module im Grunde direkt tagtäglich anwenden. Besonders hilfreich war hierbei die Möglichkeit, Problem- und Fragestellungen zu eigenen Produkten mit Teilnehmern und Dozenten zu diskutieren. Die Arbeitsatmosphäre während der Lernmodule und Workshops war überaus angenehm und sehr produktiv. Ich kann dieses Studium ausnahmslos jedem angehenden (und auch praktizierenden) Produktmanager empfehlen, der sich bisher kaum oder gar nicht mit wirtschaftswissenschaftlichen Themen auseinandersetzen musste.»



Michael König

Gründer
vorTragend. Agentur für Vertriebs-
strukturentwicklung
St. Galler Leadership-Diplom



«Das «St. Galler Leadership Diplom» des SGMI Management Instituts St. Gallen bietet eine exzellente Mischung aus theoretischem Wissen und Methodiken zur praktischen Anwendung, die Führungskräfte optimal auf die Herausforderungen der sich ändernden Geschäftswelt vorbereitet. Die praxisnahen Module und erfahrenen Dozenten sorgen für einen nachhaltigen Lernerfolg und fördern die persönliche sowie berufliche Weiterentwicklung.»



Marc Hau

Leiter Professional Service Unit
Deutsche Telekom AG
St. Galler Leadership-Diplom



«Der Lehrgang ›St. Galler Leadership-Diplom‹ überzeugt auf der ganzen Linie. Die Inhalte und deren professionelle Vermittlung durch die erfahrenen Dozenten waren hervorragend aufeinander abgestimmt und führten zu einem enormen Lerneffekt. Mit dem Konzept der St. Galler Diplompypamide werden attraktive Möglichkeiten geboten, die individuellen Kompetenzen modular zu vertiefen.»



Katrin Kraemer

Senior Managerin Technologie
und Unternehmensentwicklung
TransnetBW GmbH
St. Galler Leadership-Diplom



«Inspirierende Mischung aus Theorie und Praxis mit tollen Referenten. Auch der intensive Austausch mit Führungskräften und Experten aus verschiedensten Branchen hat mich persönlich stark bereichert. Durch die Intensität und Länge der Ausbildung ist sie deutlich fundierter und prägender als andere Führungskräfteentwicklungsworkshops. In meinen beruflichen Alltag konnte ich viele Anregungen mitnehmen.»



Matthias Maurin

Gruppenleiter Product Sales &
Price Management
Jungheinrich AG
Dipl. Produktmanager SGM



«Der Diplomstudiengang zum ›Dipl. Produktmanager SGM‹ hat mich zu zahlreichen neuen Denkansätzen für meine berufliche Tätigkeit geführt. Die Referenten des SGM glänzten durch sehr hohe Fachkompetenz. Die Inhalte des Lehrgangs wurden in abwechslungsreichen Tagesabläufen, mit praktischen Übungen und Gruppenarbeiten, sehr gut vermittelt. Der grösste Mehrwert dieses Lehrgangs, im Vergleich zu einem klassischen Seminar, lag für mich in der sofortigen Anwendung des Erlernten. Durch die mehrwöchige Ausarbeitung einer Diplomarbeit zu einer aktuellen firmeninternen Fragestellung konnte das neue Wissen gleich zum Wohle des Unternehmens eingesetzt werden.»



Reinhard Kern

Österreichische Hagelversicherung
St. Galler Leadership-Diplom



«Die Weiterbildung war für mich in jeder Hinsicht eine positive Erfahrung. Ein perfektes Umfeld, Vortragende aus der Praxis mit ausreichend theoretischem Wissen sowie das Arbeiten in kleinen Gruppen mit Kollegen aus unterschiedlichsten Branchen aber identischen Zielen waren hervorragende Rahmenbedingungen. In Summe habe ich viel über mich selbst erfahren und kann mein Verhalten in bestimmten Situationen viel besser steuern, ohne meine Authentizität zu verlieren.»



Dr. Marc Schneider

Product Manager
Swiss Caps AG
Dipl. Produktmanager SGM



«Der exzellent organisierte Lehrgang schafft es, in einer lockeren Atmosphäre die Kerninhalte des Produktmanagements – von der Konzeptentwicklung bis zum Verkaufskonzept – zu vermitteln. Die erstklassigen, internationalen Dozenten präsentieren ihr Fachwissen in einer kurzweiligen aber hoch professionellen Art und Weise, die die Kursteilnehmer fesselt und motiviert. Die Kombination aus theoretischen Lehrinhalten und praktischen Fallbeispielen, immer mit dem Fokus auf die Umsetzbarkeit, zeichnet dieses Seminar aus. Besonders der Austausch an Erfahrungen der Absolventen und das Einbeziehen aktueller Problemstellungen hilft den Teilnehmern aus unterschiedlichsten Branchen ihr Wissen zu erweitern. Die Diplomarbeit mit der Bearbeitung einer firmeninternen Fragestellung hat den Lehrgang komplettiert und die Möglichkeit gegeben, das erlernte Fachwissen direkt in die Praxis umzusetzen. Insgesamt war dieses Seminar eine sehr grosse Bereicherung für mich und hilft mir heute, das Produkt Management innerhalb der Swiss Caps AG zu etablieren.»



Christian Vogt

Key Account Manager
ASSA ABLOY Sicherheitstechnik GmbH
Dipl. Verkaufsleiter SGM



«Sehr, sehr gut – Durch die sehr praxisnahen Vorträge konnte ich für meine Tätigkeit sehr nützliche Informationen gewinnen. Die Diplomarbeit vergrösserte meinen Lernerfolg enorm. Sehr empfehlenswerter Diplomehrgang.»



Simon W. Geib

Head of Project Management &
Business Development
Gienanth GmbH
St. Galler Leadership-Diplom



«Das Programm zeichnet sich durch hochkarätige Dozenten, interessante Kommilitonen und spannende Inhalte aus. Die kontinuierliche Praxisfokussierung der Theorieinhalte macht das Erlernte anwendbar und sinnstiftend im eigenen beruflichen Kontext. Ich habe das Programm aufgrund meiner Erfahrungen bereits weiter empfohlen.»

St. Galler General Management-Diplom



SGMI: Wieso haben Sie sich für einen Diplomstudiengang am SGMI Management Institut St. Gallen entschieden?

Marco Brenner: Auf das SGMI Management Institut St. Gallen aufmerksam geworden bin ich durch meinen damaligen Vorgesetzten. Bereits nach den ersten Recherchen und dem persönlichen Austausch mit dem Institut hatte ich das Gefühl, die richtige Wahl getroffen zu haben. Das Programm deckte genau die Themenfelder ab, in denen ich mich als Führungskraft gezielt weiterentwickeln wollte. Darüber hinaus hat mich der internationale Charakter angesprochen.

Was zeichnete den Studiengang aus?

Was den Studiengang für mich besonders auszeichnete, war die Kombination aus Praxisnähe und exzellenten Dozenten. Die vermittelten Inhalte waren stets so gestaltet, dass sie sich direkt auf das eigene berufliche Umfeld übertragen liessen. Besonders geschätzt habe ich die Erfahrung der Dozenten. Sie verstanden es, komplexe Themen greifbar zu machen und die Teilnehmer gezielt dazu anzuregen, bestehende Denkweisen zu hinterfragen und neue Ansätze für die eigene berufliche Praxis zu entwickeln.

Was waren für Sie die wichtigsten Erkenntnisse bzw. Learnings aus dem besuchten Diplomprogramm?

Besonders beeindruckt hat mich die Breite des Programms, da die verschiedenen Managementdisziplinen nicht isoliert betrachtet, sondern in ihrem Zusammenspiel vermittelt wurden. Einen besonderen Mehrwert boten für mich die praxisorientierten Fallstudien und die intensive Zusammenarbeit mit den anderen Teilnehmern. Der Austausch innerhalb der Gruppe ermöglichte es, unterschiedliche Perspektiven, Arbeitsweisen und Unternehmen kennenzulernen.

An welchen Stellen sehen Sie das grösste Potenzial, das erworbene Wissen in Ihrem beruflichen Alltag umsetzbar zu machen?

Das grösste Potenzial sehe ich in der täglichen Anwendung eines ganzheitlichen Managementverständnisses. Bereits in meiner damaligen Funktion als Produktionsleiter konnte ich viele der vermittelten Ansätze in den Bereichen Mitarbeiterführung, Prozessoptimierung und Problemanalyse erfolgreich einsetzen. Auch in meiner

heutigen Rolle profitiere ich von den Studieninhalten. Sie helfen mir, Themen nicht isoliert zu betrachten, sondern Entscheidungen unter Berücksichtigung von Strategie, Organisation, Prozessen, Finanzen und Mitarbeitern ganzheitlich zu treffen.

Wie hat sich der Diplomabschluss auf Ihre tägliche Führungsarbeit ausgewirkt?

Der Diplomabschluss hat meine tägliche Führungsarbeit vor allem dahingehend beeinflusst, dass ich Herausforderungen heute noch strukturierter und aus einer ganzheitlicheren Perspektive betrachte. Ein besonders praxisnahes Beispiel war die Diplomarbeit selbst. Dabei konnte ich eine aktuelle Herausforderung im Unternehmen aufgreifen und diese umfassend analysieren. Vor allem die Inhalte aus dem Strategischen Management haben mir geholfen, das Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten, Zusammenhänge besser zu verstehen und fundierte Lösungsansätze zu entwickeln.

Würden Sie die SGMI Diplomprogramme weiterempfehlen? Wenn ja, was würden Sie einem angehenden Absolventen vor dem Start in das Programm auf seinem Weg weitergeben?

Hierfür gibt es für mich eine klare Antwort: Ja, ich würde dieses SGMI Diplomprogramm jederzeit weiterempfehlen. Angehenden Absolventen würde ich vor allem mit auf den Weg geben, sich vor dem Start nicht zu viele Gedanken zu machen. Das Programm lässt sich aus meiner Sicht sehr gut mit Beruf und Familie vereinbaren. Für die Diplomarbeit sollte man frühzeitig mit der Literaturrecherche beginnen und sich ausreichend Zeit für die Bearbeitung reservieren. Rückblickend war gerade dieser Teil des Programms für mich besonders wertvoll.



Marco Brenner
Head of Regional Engineering
Europe Network 2
Henkel AG & Co. KGaA,
Standort Heidelberg





SGMI 
MANAGEMENT INSTITUT
ST. GALLEN



Corporate Programs

www.sgmi.ch/inhouse



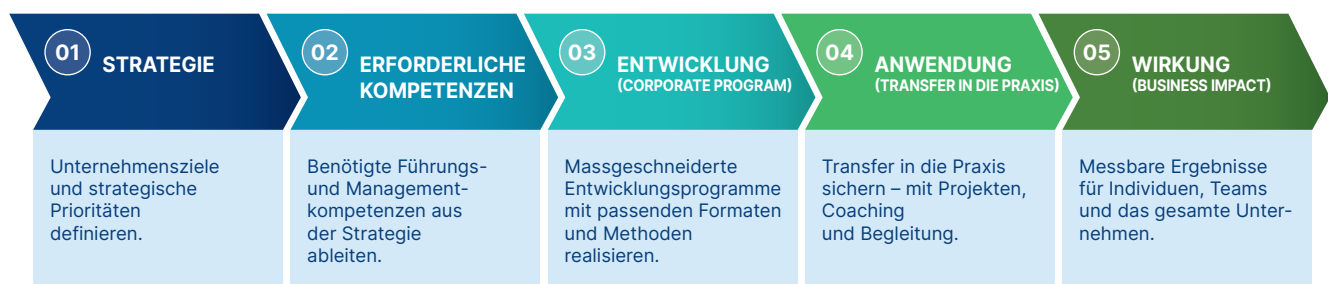
SGMI Corporate Programs

Management Development als Instrument der Strategieumsetzung

Neue Geschäftsmodelle, Transformation, Künstliche Intelligenz und steigende Anforderungen an Führung verändern Unternehmen mit hoher Geschwindigkeit. Damit stellt sich für Geschäftsleitungen und HR eine zentrale Frage: Verfügt unsere Organisation über die Management- und Führungskompetenzen, die sie für die strategischen Herausforderungen von morgen benötigt?

SGMI Corporate Programs setzen genau hier an. Sie verbinden Executive Education mit Strategieumsetzung und Unternehmensentwicklung. Gemeinsam mit Geschäftsleitung und HR entwickeln wir firmenspezifische Management- und Leadership-Programme, die von der Strategie, den zukünftigen Herausforderungen und der konkreten Unternehmensrealität ausgehen. So wird Management Development zu mehr als Weiterbildung: zu einem Instrument für Kompetenzaufbau, Transformation und nachhaltige Unternehmensentwicklung.

Der SGMI Corporate Programs-Ansatz: Von der Strategie zur Wirkung



Der SGMI Corporate Programs-Ansatz folgt einer klaren Logik. Aus dieser Logik entsteht eine Entwicklungsarchitektur, die Managementwissen mit der konkreten Unternehmensrealität verbindet:

Strategie → Kompetenzen → Entwicklung → Anwendung → Wirkung

Strategie

Welche strategischen Herausforderungen und Veränderungen prägen die Zukunft des Unternehmens?

Kompetenzen

Welche Management- und Führungsfähigkeiten werden benötigt, um diese Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen?

Entwicklung

Wie lassen sich diese Fähigkeiten bei den relevanten Führungskräften und Zielgruppen systematisch aufbauen?

Anwendung

Wie können neue Erkenntnisse unmittelbar auf reale Herausforderungen des Unternehmens übertragen werden?

Wirkung

Welchen konkreten Beitrag leistet Management Development für Führung, Strategieumsetzung und Unternehmensentwicklung?

Vom Learning zum Business Impact

Besonders wirksam wird Management Development, wenn Lernen und reale Unternehmensentwicklung nicht getrennt voneinander stattfinden. Deshalb können konkrete strategische und operative Herausforderungen unmittelbar Bestandteil eines SGMI Corporate Programs werden, beispielsweise:

- ▶ neue Geschäftsmodelle und strategische Initiativen
- ▶ Digitalisierung und KI-Anwendungen
- ▶ Transformationsvorhaben
- ▶ Prozess- und Organisationsverbesserungen
- ▶ Leadership- und Kulturthemen
- ▶ konkrete Markt- und Business-Herausforderungen

Die Teilnehmenden arbeiten an realen Fragestellungen ihres Unternehmens und wenden neue Methoden, Konzepte und Erkenntnisse unmittelbar darauf an. SGMI begleitet diesen Prozess mit Managementwissen, Workshops, Coaching, Expertenimpulsen und methodischer Unterstützung. So entsteht Wirkung auf zwei Ebenen:

Leadership Impact

Führungskräfte entwickeln neue Kompetenzen durch die unmittelbare Anwendung auf reale Management- und Führungssituationen.

Business Impact

Gleichzeitig entstehen konkrete Lösungsansätze, Entscheidungsgrundlagen und Umsetzungsimpulse für relevante Herausforderungen des Unternehmens. Die Unternehmensrealität wird zum Lernfeld – und Lernen zum Impuls für konkrete Unternehmensentwicklung.

Vier Wirkungsebenen für nachhaltigen Erfolg

1 STRATEGIE Strategische Prioritäten werden in erforderliche Management- und Führungskompetenzen übersetzt.	2 LEADERSHIP Führungskräfte entwickeln die Fähigkeiten, die sie für zukünftige Herausforderungen benötigen.	3 TRANSFORMATION Reale Unternehmensprojekte verbinden Lernen unmittelbar mit Veränderung und Umsetzung.	4 KULTUR Gemeinsame Management- und Leadership-Programme schaffen Orientierung und fördern eine gemeinsame Führungskultur über Bereiche, Hierarchieebenen und Länder hinweg.
KLARE AUSRICHTUNG FÜR EINE ERFOLGREICHE ZUKUNFT.	STARKE FÜHRUNG FÜR NEUE HERAUSFORDERUNGEN.	VERÄNDERUNG GESTALTEN DURCH GEMEINSAMES HANDELN.	MENSCHEN VERBINDEN FÜR EINE STARKE UNTERNEHMENSKULTUR.

Corporate Programs können gleichzeitig auf unterschiedliche strategische Dimensionen des Unternehmens wirken.

Strategie

Strategische Prioritäten werden in konkrete Management- und Führungskompetenzen übersetzt.

Leadership

Führungskräfte entwickeln die Fähigkeiten, die sie für zukünftige Herausforderungen und neue Verantwortungsbereiche benötigen.

Transformation

Reale Unternehmensprojekte verbinden Kompetenzentwicklung mit Veränderung und Umsetzung. Unternehmensspezifisches Managementwissen und gemeinsame Methoden stärken die Fähigkeit der Organisation, zukünftige Herausforderungen eigenständig zu bewältigen.

Kultur

Gemeinsame Management- und Leadership-Programme schaffen Orientierung und können ein gemeinsames Führungsverständnis über Bereiche, Hierarchieebenen und Länder hinweg fördern.

Wir beginnen nicht mit dem Seminar. Wir beginnen mit Ihrem Unternehmen.

Jedes Unternehmen verfügt über eine eigene Strategie, Kultur, Führungspraxis und Ausgangssituation. Anspruchsvolles Management Development kann deshalb keine Standardlösung sein.

Bereits vor dem ersten Veranstaltungstag analysieren wir gemeinsam mit Geschäftsleitung, HR und weiteren relevanten Stakeholdern die strategische und organisatorische Ausgangssituation.

Je nach Zielsetzung können dabei beispielsweise einbezogen werden:

- ▶ Strategie und Geschäftsmodell
- ▶ Unternehmensziele und strategische Prioritäten
- ▶ zukünftige Kompetenzanforderungen
- ▶ Kompetenzmodelle und Führungsgrundsätze
- ▶ Transformationsinitiativen
- ▶ Markt- und Wettbewerbsentwicklungen
- ▶ aktuelle Business-Herausforderungen

Auf dieser Basis werden Inhalte, Methoden und Formate auf die Unternehmensrealität zugeschnitten. So können firmenspezifische Fallstudien, Management Cases, Simulationen, Workshops, Reflexionsfragen und Projektaufträge entstehen. Aus Managementwissen wird unternehmensspezifische Relevanz.

Das gesamte Managementwissen aus einer Hand

Die Corporate Programs greifen auf das breite Kompetenzspektrum des SGMI Management Institut St. Gallen zurück:

- ▶ General Management
- ▶ Strategie
- ▶ Leadership
- ▶ Finanzielle Führung & Controlling
- ▶ Marketing & Vertrieb
- ▶ Human Resources Management
- ▶ Change & Kultur
- ▶ Prozesse & Organisation
- ▶ Digitalisierung & Künstliche Intelligenz

Im Sinne des ganzheitlichen St. Galler Management-Ansatzes werden diese Themen nicht isoliert betrachtet. Strategie, Führung, Organisation, Markt und finanzielle Steuerung werden dort miteinander verbunden, wo sie auch in der Unternehmenspraxis zusammenwirken: bei konkreten Managemententscheidungen.

SGMI Corporate Programs

Management Development als Instrument der Strategieumsetzung

Unsere Programm Architektur: Vom Impuls zur nachhaltigen Entwicklung



Nicht jede Herausforderung benötigt dieselbe Entwicklungsarchitektur. SGMI Corporate Programs können deshalb von punktuellen Managementimpulsen bis zu langfristigen Entwicklungsplattformen reichen.

Executive Workshop & Executive Coaching

Gezielte Bearbeitung strategischer Fragestellungen und individuelle Begleitung von Führungskräften und Schlüsselpersonen.

Geeignet für: fokussierte Themen, Top-Management-Teams, strategische Klausuren und individuelle Entwicklungsbedürfnisse.

Corporate Program

Integrierte Managemententwicklung für definierte Zielgruppen und Führungsebenen.

Geeignet für: den systematischen Aufbau unternehmensspezifischer Management- und Führungskompetenzen.

Leadership Journey & Strategic Transformation Program

Mehrstufige Entwicklung zukunftsrelevanter Führungsfähigkeiten, verbunden mit konkreten Veränderungs- und Umsetzungsinitiativen.

Geeignet für: Leadership Transformation, Strategieumsetzung, Kulturentwicklung und grössere Veränderungsvorhaben.

Corporate Academy

Langfristige Entwicklungsarchitektur für Managementkompetenzen, Leadership, Kultur und unternehmensspezifisches Know-how.

Geeignet für: Unternehmen, die Management Development dauerhaft als strategische Plattform etablieren möchten.

Je nach Zielsetzung können Präsenzveranstaltungen, Workshops, Projektarbeit, E-Learning, Online-Learning, Coaching und Mentoring miteinander kombiniert werden.

Die nächste Entwicklungsstufe: Corporate Academy

Eine Corporate Academy kann Management Development langfristig mit Strategieumsetzung, Kulturentwicklung und dem Aufbau unternehmensspezifischen Know-hows verbinden. Damit entwickelt sich Weiterbildung von einzelnen Massnahmen zu einer strategischen Entwicklungsplattform des Unternehmens. Eine weiterführende Ausbaustufe verbindet drei Elemente:

1. Corporate Academy – Lernen & Kompetenzentwicklung

Systematischer Aufbau der Management-, Leadership- und Zukunftskompetenzen des Unternehmens.

2. Innovation Lab – Anwendung & Umsetzung

Entwicklung, Erprobung und Skalierung relevanter strategischer, organisatorischer oder technologischer Anwendungsfälle.

3. Research Center – Forschung & Wirkungsmessung

Wissenschaftliche Begleitung, Evaluation der Wirkung und Entwicklung neuen unternehmensrelevanten Wissens.

Grössere Academy-Initiativen können gleichzeitig Ausgangspunkt begleitender Forschungsprojekte sein. So entsteht ein Kreislauf aus: Lernen → Anwenden → Forschen → Verbessern → Skalieren

Die Corporate Academy entwickelt sich damit von einer Lernplattform zu einer strategischen Wissens-, Entwicklungs- und Innovationsplattform des Unternehmens.

International einheitlich. Lokal relevant.

Für international tätige Unternehmen können SGMI Corporate Programs standort- und länderübergreifend konzipiert werden. Ein gemeinsamer Entwicklungsansatz schafft Orientierung, gemeinsame Managementprinzipien und ein verbindendes Führungsverständnis.

Gleichzeitig werden lokale Marktbedingungen sowie kulturelle und länderspezifische Besonderheiten berücksichtigt. Präsenzveranstaltungen können mit digitalen Formaten, Projektarbeit und Coaching kombiniert werden. Dadurch lassen sich auch internationale Teilnehmergruppen in eine gemeinsame Entwicklungsarchitektur integrieren. Eine gemeinsame Managementlogik – mit Raum für lokale Realität.

Open Programs oder Corporate Programs?

Beide Ansätze verfolgen unterschiedliche Entwicklungsziele.

Open Programs – Individual Impact

Open Programs eignen sich insbesondere für einzelne Führungskräfte, die gezielt Managementkompetenzen aufbauen, ihre Perspektive erweitern und vom Erfahrungsaustausch mit Führungskräften anderer Unternehmen profitieren möchten.

Im Zentrum steht die Entwicklung des einzelnen Managers.

Corporate Programs – Organizational & Business Impact

Corporate Programs eignen sich insbesondere, wenn mehrere Führungskräfte gemeinsam entwickelt, unternehmensspezifische Kompetenzen aufgebaut oder Management Development mit Strategieumsetzung, Transformation und Kulturentwicklung verbunden werden soll.

Im Zentrum stehen Führungskräfte und Organisation – gemeinsam ausgerichtet auf die strategischen Anforderungen des Unternehmens.

Warum SGMI Corporate Programs?

Strategieorientiert

Wir beginnen bei den strategischen Herausforderungen und zukünftigen Anforderungen des Unternehmens.

Massgeschneidert

Inhalte, Methoden und Formate werden auf die konkrete Unternehmenssituation abgestimmt.

Ganzheitlich

Strategie, Management, Leadership, Organisation und Transformation werden miteinander verbunden.

Praxis- und umsetzungsorientiert

Reale Herausforderungen und Projekte können unmittelbar Bestandteil der Entwicklungsarbeit werden.

Wirkungsorientiert

Management Development wird konsequent auf Anwendung, Transfer und konkreten Nutzen für Führungskräfte und Unternehmen ausgerichtet.

International

Programme können länder- und standortübergreifend konzipiert und gleichzeitig an lokale Besonderheiten angepasst werden.

Partnerschaftlich

SGMI versteht sich als langfristiger Entwicklungs- und Umsetzungspartner seiner Auftraggeber.

Developing Leaders. Transforming Organizations.

SGMI Corporate Programs verbinden Managementwissen, Leadership Development und Unternehmenspraxis zu massgeschneiderten Entwicklungsarchitekturen. Dabei geht es nicht allein darum, Führungskräfte weiterzubilden. Es geht darum, die Fähigkeiten zu entwickeln, die ein Unternehmen benötigt, um seine Strategie umzusetzen, Transformation zu gestalten und zukünftige Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen. Management Development wird so zum strategischen Hebel für Leadership und Business Impact.

Kontakt

Gerne stehen wir Ihnen telefonisch für nähere Informationen sowie für die Beratung zur Auswahl des für Ihr Unternehmen geeigneten Corporate Programs zur Verfügung.

SGMI Management Institut St. Gallen
Bogenstrasse 7, CH-9000 St. Gallen
Telefon +41 (0)71 510 92 91
Internet www.sgmi.ch/inhouse
E-Mail inhouse@sgmi.ch



Daniel Schmidlin

lic.oec.HSG (Universität St. Gallen)
Executive Director Corporate Programs



Corporate Programs

In Kompetenzzentren gebündeltes Management Know-how zur fokussierten und vertieften Auseinandersetzung mit einem Themengebiet.

Center for Strategic Management

Die beste Strategie, um Erfolg dauerhaft zu sichern.



Leitung
Romed Guntern
lic.oec.HSG et lic.iur.HSG

Center for Corporate Innovation

Effiziente Innovationen im komplexen Unternehmensumfeld.



Leitung
Lucas Sauberschwarz

Center for International Management

Unternehmerische Spitzenleistungen in einem globalen Umfeld.



Leitung
Walter Rodriguez
Prof. Dr.

Center for Digital Business Transformation

Digitalisierung als Treiber für innovative Geschäftsmodelle.



Leitung
Rasmus Nutzhorn

Center for Governance and Compensation

Förderung von erfolgreicher Wertschaffung.



Leitung
Stephan Hofstettler
Dr. oec. HSG

Center for Sustainability Management

ESG – das Management-System der Zukunft.



Leitung
Martin Neureiter
Mag.

Center for Marketing Management

Nachhaltigen Mehrwert auf Kundenseite schaffen.



Leitung
Marc Opresnik
Prof. Dr.



Center for Brand Management

Differenzierung durch Markenarbeit erlangen.



Leitung
Alexander Haldemann
Dr.

Center for Online Marketing & Social Media

Marketing im digitalen Zeitalter.



Leitung
Anna-Lena Klein

Center for Resilient Marketing

Der Weg zu einer agilen Marketingorganisation



Leitung
Ruben Mosblech

Center for Financial Management

Nachhaltig und langfristig Unternehmenswert steigern.



Leitung
Thorsten Truijens
Dr. oec. HSG

Center for Mergers & Acquisitions

Kundennah, kostenoptimal, wachstumsfördernd, flexibel und schnell.



Leitung
Osama Rifai
lic.rer.pol.

Center for Controlling

Steuern, lenken, regeln.



Leitung
Gilbert Malgaritta
lic.oec.HSG

Center for Leadership Management

Leadership Excellenz erreichen.



Leitung
Daniel Schmidlin
lic.oec.HSG

Center for Change Management

Veränderungsprozesse aktiv gestalten.



Leitung
Oliver Titzmann



Center for Personal Leadership & Motivation

Die Rolle als Leader annehmen und leben.



Leitung
Mark McGregor

Center for Neuro Intelligent Leadership

Spitzenleistung beginnt im Kopf.



Leitung
Karolien Notebaert
Ph.D. Neuroscience

Center for Executive Coaching

Der one-to-one Entwicklungsansatz.



Leitung
Michael Liehmann
Dr.phil.I

Center for the Future of Work

Mitarbeiterzufriedenheit & Produktivität in der neuen Arbeitswelt.



Leitung
Andreas Seitz

Center for Rhetoric

Professioneller Umgang mit Sprache und Auftreten.



Leitung
Michael Ehlers

Center for Start-up-Management

Von der Geschäftsidee zum Markterfolg und hin zum erfolgreichen Unternehmen.



Leitung
Chris Stern
Dr., MBA

Center for Asia

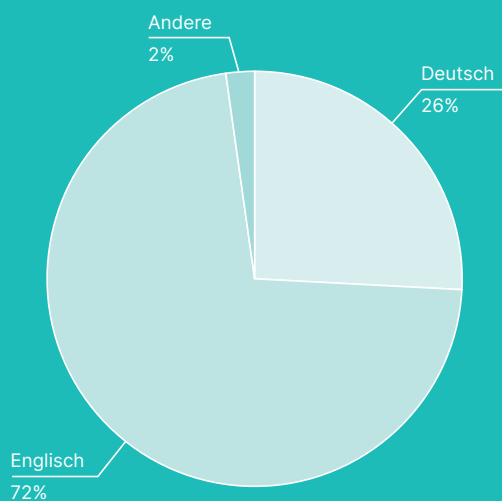
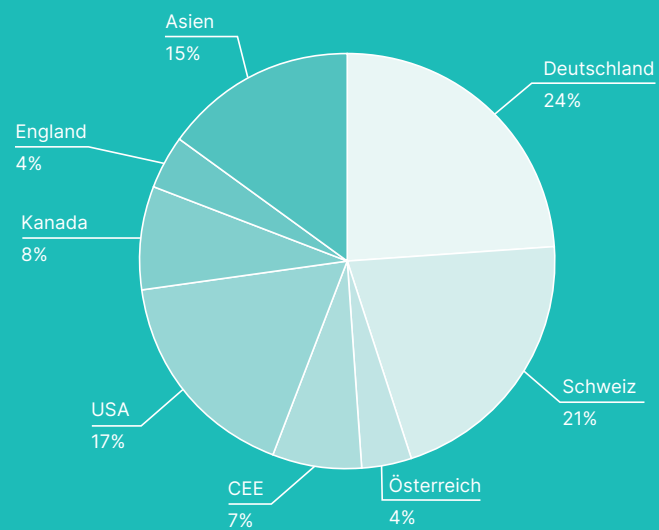
Erfolgreiches Management im asiatischen Markt.

Leitung
Theresa Stewart

Xiaolong Hu

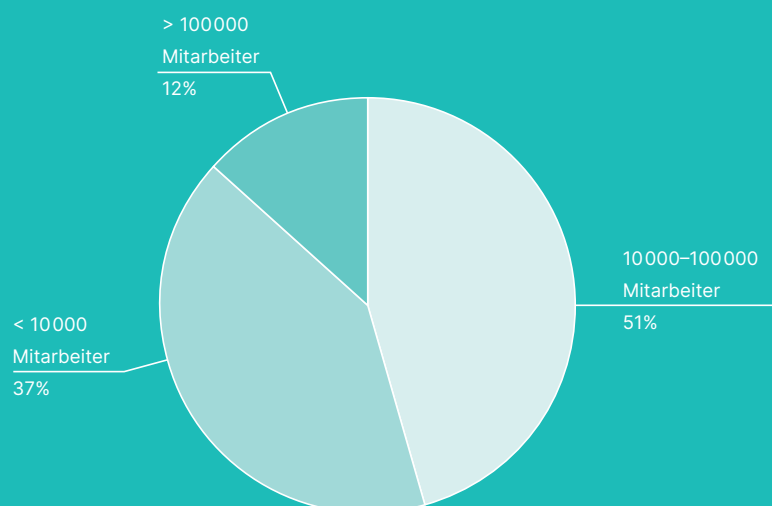


**Nach Ländern
(Firmenhauptsitz)**



**Nach
Durchführungssprache**

Nach Firmengrösse

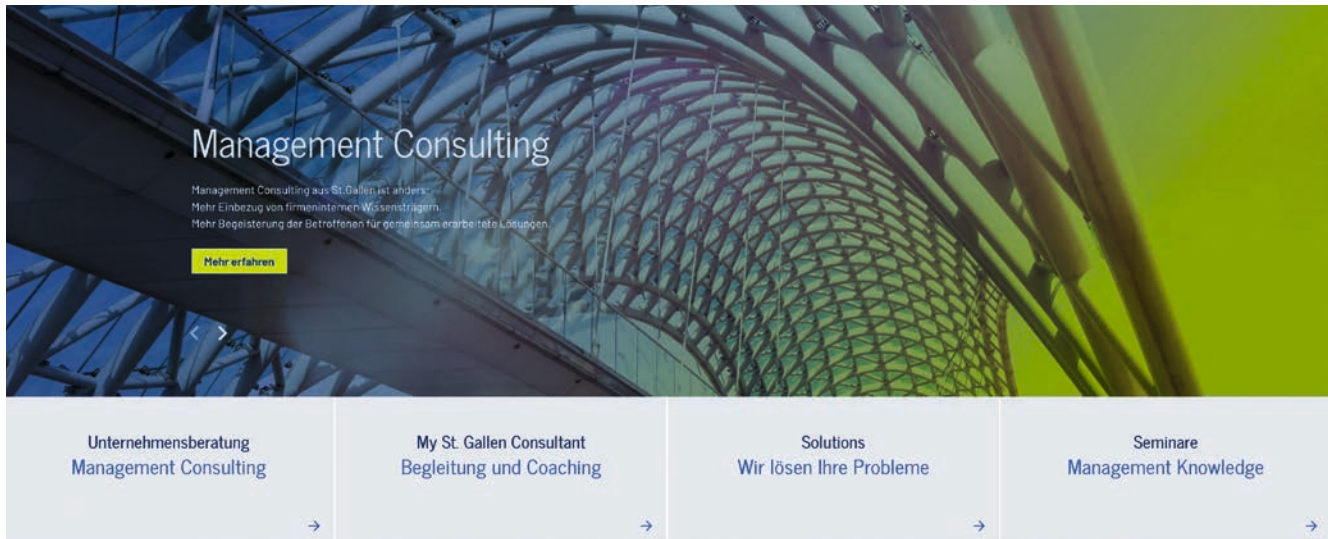




St. Gallen Consulting

www.sgimc.ch





Was Unternehmen wollen

Wirtschaftlicher Erfolg, Wachstum, Attraktivität, Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit, solide Kapitalstrukturen und unternehmerische Perspektive. Ehrgeizige Ziele eines jeden Unternehmens. Erreichbar, wenn der Weg dorthin stimmt.

Der Schlüssel zum Erfolg liegt im Management: Die entscheidenden Weichen zur richtigen Zeit stellen, die wichtigen Personen an der richtigen Stelle einsetzen, die zielführenden Visionen identifizieren und umsetzen – kurz: Strategische Integration sämtlicher Managementprozesse.

St. Gallen Consulting findet die Erfolg versprechenden Wege, setzt die richtigen Parameter und legt das strategische Fundament, mit dem Ihre Visionen Realität werden. Strukturiert, fokussiert und mit der klaren Zielsetzung, Ihren wirtschaftlichen Erfolg nachhaltig zu steigern.

Und Management Consulting aus St. Gallen ist anders: Mehr Einbezug von firmeninternen Wissensträgern. Mehr Begeisterung der Betroffenen für gemeinsam erarbeitete Lösungen.

Wie wir denken

Erst die Berücksichtigung sämtlicher Faktoren, die einen Einfluss auf die Unternehmensentwicklung, Unternehmenswahrnehmung und das Handeln eines Unternehmens haben, führt zu nachhaltigen Strategien und Managementkonzepten.

St. Gallen Consulting verfolgt daher bei ihrer Beratungstätigkeit einen ganzheitlichen Ansatz. Er ermöglicht es, alle relevanten Parameter einzubeziehen und individuelle, integrative Konzepte für Ihr Unternehmen zu entwickeln. Gute Unternehmensführung bewirkt überdurchschnittliche Resultate. Zuerst für die Kunden. Dann für das Unternehmen, seine Mitarbeitenden und weitere Anspruchsgruppen. Wer höchste Ansprüche an die Leistung des Managements stellt, findet in St. Gallen Consulting einen erfahrenen Partner. Seit rund 30 Jahren fördern und begleiten wir Konzerne, Mittelstand und Organisationen auf ihrem Weg zum Erfolg.

Was wir für Sie tun

St. Gallen Consulting ist Partner von Unternehmern, Aufsichtsorganen und vor allem des Top- und Executive Managements. Unser Engagement gehört der Organisation, die uns beauftragt. Für Sie und mit Ihnen und Ihrem Management arbeiten wir an den zentralen Fragestellungen. An den besten Lösungen. Am Umsetzen bis zum angestrebten Resultat.



Mit dem St. Galler Management System ist uns ein Ansatz gegeben, der nachhaltige Zukunftssicherung und kurzfristige Ergebnisoptimierung gleichermaßen forciert. Der Ethik und Moral genauso einfordert wie Unternehmertum und Geschäftstüchtigkeit. Der Führung als Gestaltung und Lenkung von Systemen einerseits, als motivierende Mitarbeiterführung andererseits optimiert.

Der hilft, Entwicklungen von außen frühzeitig zu erkennen und als Chancen zu nutzen. Der Kraft und Innovation von innen fördert und ihnen durch bestmögliche Prozesse sowie Strukturen zum Durchbruch verhilft.



St. Galler Management System
GUTES MANAGEMENT. NACHHALTIGE RESULTATE



Alle unsere Berater arbeiten nach diesem einzigartigen Management-Ansatz. Für Ihren Erfolg.

Wer wir sind

St. Gallen Consulting verkörpert das St. Galler Management-Verständnis: Ganzheitlichkeit statt Scheinlösungen. Nachhaltige Prosperität statt kurzfristige Gewinnmaximierung. Kundennutzen (Customer Value) statt nackter Shareholder-Value. Fairness statt Gier. Ethik anstelle von Schlitzohrigkeit. Unternehmertum statt Verwaltermentalität. Wachstums- und Innovationskraft statt Einbunkern. Schnell und einfach anstelle von lahm und bürokratisch.

Diese am Wohlergehen des Unternehmens wie der Gesellschaft ausgerichtete Einstellung erlaubt es, von allen Beteiligten höchste Leistung einzufordern: Wir treiben unsere Kunden in Richtung überdurchschnittlichen Erfolg. Einen Erfolg, den wir basierend auf unserem St. Galler Management System jedoch differenziert anpeilen: Klare Ethik und Werte-Basis. Starke, verteidigungsfähige Marktpositionen. Führend in Innovation und im Geschäft der Zukunft. Die besten Strukturen und Prozesse. Mitreißende Kultur und Motivation. Engagierte und fähige Mitarbeiterschaft. Operationelle Exzellenz. Überdurchschnittliche Gewinne und Wertentwicklung.

Was Sie davon haben

Unser Hauptaugenmerk gilt der Qualität unserer Beratung. Wir wollen Ihren Erfolg. Unsere Referenzliste umfasst internationale Konzerne, bedeutende Firmen des Mittelstands, wichtige Organisationen wie Genossenschaften, Verbände, Vereine und Institutionen des öffentlichen Rechts:

- ▶ 100 Konzerne
- ▶ 200 grosse Mittelstands-Firmen
- ▶ 800 mittlere und kleinere Unternehmen
- ▶ 100 NGOs, Verbände, Vereine, Institutionen

Nutzen Sie unsere St. Galler Kompetenz und unsere 30-jährige Erfahrung in wirkungsvoller Beratung.

Kontakt

Gerne stehen wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch zur Verfügung und reden mit Ihnen über eine konkrete Aufgabe oder ein Projekt.

St. Gallen International Management Consulting
Rosenbergstrasse 36, CH-9000 St. Gallen
Telefon +41 (0) 71 222 15 00
E-Mail consulting@sgimc.ch
Internet www.sgimc.ch



Romed Guntern

lic.oec.HSG et lic.iur.HSG (Universität St. Gallen)
Geschäftsführender Partner



 Mission. Vision. Oberste Ziele: Was wollen die Eigner? →	 Die beste Strategie: Erfolg heute. Erfolg morgen. →
 Gewinne und Rentabilität erhöhen: Den Wert des Unternehmens steigern. →	 Chancen- und Risikomanagement: Neue Spielregeln erkennen. →
 Digitalisierung, KI: Die digitale Transformation schaffen und mit KI neu denken. →	 Wachstums-Dynamik steigern: Den Wachstumssprung realisieren. →
 Hochleistungsorganisation: Die beste Struktur. →	 Kulturintegration bei M&A: Gekaufte Firmen integrieren. →
 Unternehmensnachfolge: Heute beginnen. Die Nachfolge planen. →	 Markterfolg optimieren: Kampf um Marktanteile. →
 Wirkungsvoll führen: 20% Leistungsreserven nutzen. →	 Power Teams: Miteinander Erfolg haben. →
 Professionell verkaufen: Optimierungsreserven nutzen. →	 Vertriebskanäle der Zukunft: Neue Wege gehen. →

Unverbindliche Projektanfrage: consulting@sgimc.ch, +41 71 222 14 00

Rufen Sie uns an, oder schreiben Sie uns eine E-Mail zu Ihrem Projekt. Wir setzen uns umgehend mit Ihnen in Verbindung. Gerne stehen wir Ihnen in einem persönlichen Gespräch zur Verfügung.



SGMI Alumni www.sgmi.ch/alumni

Ein starkes Netzwerk

Das SGMI Alumni Network verbindet unsere Ehemaligen und schafft Raum für Austausch, Networking und neue Impulse. Regelmässig stattfindende exklusive Events und Unternehmensbesichtigungen ermöglichen wertvolle Kontakte sowie aktuelle Einblicke in die Unternehmenspraxis erfolgreicher Unternehmen und Institutionen.



SGMI Alumni meets ZDF



«Ein ZDF für alle» - so lautete die zentrale Botschaft des Vortrages von Dr. Norbert Himmler, Intendant des ZDF und SGMI-Alumnus. Am Nachmittag des 30. April 2026 wurde daraus augenzwinkernd «Ein ZDF für SGMI», als über 30 Alumnae und Alumni auf dem Mainzer Lerchenberg zur Regionalveranstaltung «SGMI Alumni meets ZDF» begrüsst werden konnten.

Eröffnet wurde der Anlass von Romed Guntern, Geschäftsführender Direktor des SGMI Management Instituts St. Gallen. Mit seinen einleitenden Gedanken zur Rolle der Medien in Wirtschaft und Politik setzte er einen pointierten Auftakt und spielte den Ball gekonnt den nachfolgenden Referenten zu – eine Vorlage, die dankbar aufgenommen wurde. Mit der Leitidee «Ein ZDF für alle» gewährte Dr. Norbert Himmler den Teilnehmenden einen eindrücklichen Einblick in die strategische Ausrichtung des ZDF. Im Zentrum stand ein 6-Punkte-Programm, das als klassischer Ursache-Wirkungs-Kreislauf konzipiert ist und konsequent in die Umsetzung überführt wird. Die zahlreichen Fragen aus dem Publikum unterstrichen das grosse Interesse und zeigten, dass der Vortrag einen seltenen und aufschlussreichen Blick hinter die Kulissen der heutigen Medienlandschaft eröffnete. Getrieben von diesen strategischen Initiativen lag das Thema des zweiten Vortrags auf der Hand.

Dr. Florian Kumb, Director Audience und ebenfalls SGMI Alumnus, vermittelte mit seinen Ausführungen zum «Change Management beim ZDF: Der Wandel von traditionellen Unternehmensstrukturen hin zu modernen Organisationskonzepten» einen eindrucksvollen Einblick in die vielfältigen Facetten und Herausforderungen dieses Transformationsprozesses. Die Komplexität dieser Aufgabe brachte er treffend auf den Punkt: «Wir wechseln momentan die Reifen, während das Auto weiterfährt.»

Ein Besuch beim ZDF wäre jedoch nicht vollständig ohne einen exklusiven Blick hinter die Kulissen: vom ZDF-Sportstudio über die Nachrichtenkulissen bis hin zum Gelände des ZDF-Fernsehgarten. Zurück im Konferenzgebäude fand der Anlass seinen stimmigen Ausklang. Beim Apéritif bot sich nicht nur die Gelegenheit zum persönlichen Austausch, sondern auch zu weiteren Einblicken in die Organisation des ZDF. Mit Imke Pässler-Strauß, Leiterin Publikation in der Direktion Audience, Frank Prywer, Leiter Hauptabteilung Strategische Unternehmensentwicklung & Medienpolitik, sowie Anne Reidt, Leiterin Hauptredaktion Kultur, standen drei weitere SGMI-Alumni und ZDF-Mitarbeitende für Fragen und Diskussionen zur Verfügung. Diese Austauschplattform wurde rege genutzt und sehr geschätzt.



SGMI Alumni «Süddeutschland» im Landtag von Baden-Württemberg



SGMI Alumni «Norddeutschland» Einblicke in die KIND- Unternehmensgruppe



SGMI Alumni «Süddeutschland» in der Welt der Glücksspiele



SGMI Alumni «Schweiz-International» zu Gast bei der SWISS



SGMI Alumni «Süddeutschland» live beim Basketball



SGMI Alumni «Norddeutschland» bei Jägermeister



SGMI Alumni Network

Mehr dazu unter www.sgmi.ch/alumni

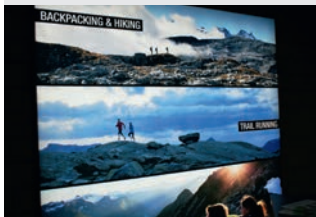
SGMI Alumni «Süddeutschland» zu Gast beim VfB Stuttgart



SGMI Alumni «Norddeutschland» zu Besuch in Salzgitter



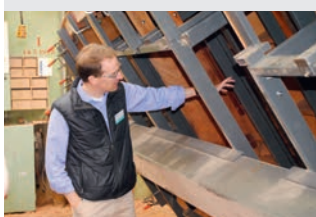
SGMI Alumni «Schweiz-International» erlebt Marketing bei Mammut



SGMI Alumni «Norddeutschland» zu Gast bei AstraZeneca in Hamburg



SGMI Alumni «Schweiz-International» zu Gast bei Boesch Motorboote



SGMI Alumni «Süddeutschland» zu Besuch bei Hochland



SGMI Alumni «Norddeutschland» zu Besuch bei Ottobock

ottobock.



SGMI Alumni «Süddeutschland» auf virtueller Reise in Ludwigsburg

FILMAKADEMIE
BADEN-WÜRTTEMBERG



SGMI Alumni «Schweiz- International» trifft sich bei der RUAG Aviation

**Together
ahead. RUAG**



Montblanc empfängt SGMI Alumni -«Norddeutschland»

**MONT
BLANC**



SGMI Alumni «Schweiz-International» zu Besuch in der Merian Iselin Klinik

MERIAN ISELIN
Klinik für Orthopädie
und Chirurgie



SGMI Alumni «Norddeutschland» trifft sich zum Digitalisierungs- Workshop in Berlin

**Deloitte
Greenhouse**
Investitionsbank
Berlin



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 begriffen 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 Diplombuchung 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 Werkstage 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 Anmeldebogen 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
-------	--------------

Management Programs (English)



Die internationalen Programme kombinieren die Denkansätze unterschiedlicher Kulturkreise mit dem ganzheitlichen, systemorientierten Denken aus St. Gallen. Seminardurchführungen in englischer Sprache in Europa, USA, Asien bieten Führungskräften die Möglichkeit, die Rolle ihres Unternehmens im globalen Geschehen zu hinterfragen und neu herauszufordern.



EMBA, Master, Diplome, Certificates

St. Galler Studienpyramide

Doctor of Business Administration
(24–36 Monate)

DBA

MBA
(24 Monate)

Executive MBA

Master Programme
(12–18 Monate)

SGMI Executive Master in: General Management, International Management, Marketing, Sales, Finance, HR and Leadership

SGMI Master of Management

Diplomprogramme
(6–9 Monate)

St. Galler General Management-Diplom

St. Galler International Management-Diplom

St. Galler Leadership-Diplom

St. Galler Marketing Management-Diplom

St. Galler Sales Management-Diplom

St. Galler Produkt-Management-Diplom

St. Galler Finanz & Controlling Management-Diplom

Management Certificates
(4–8 Monate)

St. Galler CEO Certificate

St. Galler Business Strategy Certificate

St. Galler Marketing Management Certificate

St. Galler Financial Management Certificate

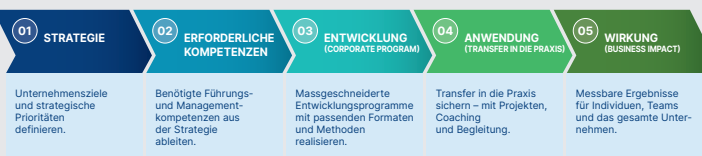
St. Galler Consulting Certificate

| Seminare | Workshops | Fernstudium | E-Learning | Projektarbeit | Prüfungen, Kolloquien |

Die Master-, Diplom- und Certificates-Ausbildung bei SGMI St. Gallen ist etwas Besonderes. Ausgesprochen persönlicher Zuschnitt, gut bemessene Tiefe und zielfördernd geplante Eigenaktivitäten sind die Markenzeichen der Studiengänge. Die berufsbegleitenden Programme lassen sich über ECTS Credits bis hin zum staatlich anerkannten und akkreditierten Executive MBA anrechnen.



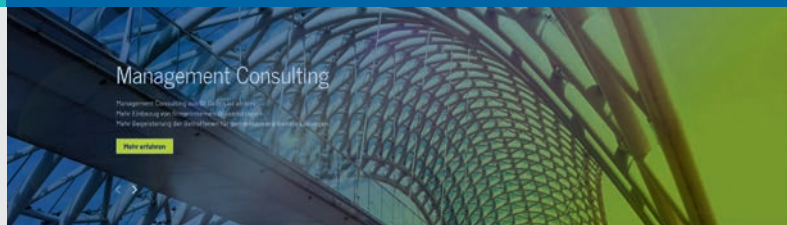
Corporate Programs



Das SGMI Weiterbildungsangebot steht auch für firmenspezifische Programme zur Verfügung und macht Weiterbildung zum erfolgswirksamen Instrument der Strategieumsetzung im Unternehmen – global und lokal. In Zusammenarbeit mit Geschäftsleitung, Personalentwicklung, Weiterbildungs- und Human-Resources-Verantwortlichen unserer Auftraggeber planen und realisieren wir zeitnah Programme zur Weiterbildung sowie Management- und Organisationsentwicklung. In Seminaren, Workshops und Coaching-Programmen bieten wir Wissensvermittlung, Wissenstraining und Wissensanwendung.



Management Consulting



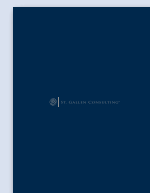
Unternehmensberatung
Management Consulting

My St. Gallen Consultant
Begleitung und Coaching

Solutions
Wir lösen Ihre Probleme

Seminare
Management Knowledge

Wir stehen als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung. Unsere Kunden schätzen uns als die St. Galler Alternative zu den grossen Beratungsunternehmen. Wir unterstützen renommierte Unternehmen und Institutionen, Konzerne wie Mittelstand. Seit vielen Jahren. Mit Erfolg. In unserer Beratungsphilosophie setzen wir bewusst auf die Vorteile des St. Galler Management-Ansatzes. Kurzfristige Scheinoptimierung, Überschwemmung des Kunden mit einer Heerschar von Junior-Beratern und eindimensionale Lösungen lehnen wir ab. Ob Sanierer, Strategie oder Professor; alle unsere Berater und Partner engagieren sich für den nachhaltigen, umfassenden Erfolg unserer Kunden.



St. Gallen Online



St. Gallen Experience – online



«3x4» Compressed St. Gallen Knowledge
«6x4» St. Gallen Online Seminare
Online Programme
Online Corporate Programs
Online Coaching

live

Mit «St. Gallen Experience – online» bieten wir praxisorientiertes St. Gallen Management-Wissen. Online und live. Vollkommen ortsunabhängig. Für Führungskräfte, die trotz knappen Zeitressourcen, unterstützt durch moderne Lerntechnologien, ihr Management-Wissen auffrischen, vertiefen oder erweitern wollen.

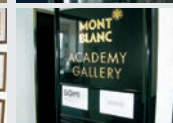


SGMI Alumni Network

SGMI Alumni «Norddeutschland»
zu Besuch in Salzgitter



Montblanc empfängt
SGMI Alumni – «Norddeutschland»



Nach dem Motto «Wiedersehen, Kennenlernen, Wissensaustausch» ermöglichen und unterstützen unsere Alumni Aktivitäten die Netzworkebildung sowie die Kontaktpflege zwischen Führungskräften unterschiedlichster Unternehmen und Branchen, von Grosskonzern bis Mittelstand. Wir bieten Symposien, Alumni-Regionaltagungen und Wissensplattformen.





St. Gallen | Zürich | Frankfurt | Berlin | Wien | London | Boston | Shanghai | Tokyo

St. Gallen Experience

www.sgmi.ch



SGMI 
MANAGEMENT INSTITUT
ST. GALLEN



Bogenstrasse 7 • CH-9000 St. Gallen • Telefon +41 71 223 50 30 • seminare@sgmi.ch • www.sgmi.ch