

LEADING STRATEGY AND CHANGE (Deutsch)

Acht intensive Seminartage in 2 Teilen für Vorstände, Geschäftsführer, Executives und Führungskräfte, die sich in ihrem Verantwortungsbereich als Vorreiter des Strategischen Denkens und des Managements des Wandels betätigen und konkrete, praxisgeeignete Impulse suchen.

KONZEPT

Die Strategische Führung – und damit auch die Umsetzung der Veränderungen im Tagesgeschäft – gehören zur Funktion einer Führungskraft mit Executive Verantwortung. Dennoch ist es gar nicht so einfach, beides gleichzeitig zu tun: «Strategisch» zu denken und die Geleise in eine erfolgversprechende Richtung zu legen ist Kopfarbeit. Zuerst braucht es viel Weitsicht, solange es um das Erkennen von Trends, zukünftigen Kundenbedürfnisses und technologischen Möglichkeiten geht. Dann ist Kreativität gefordert, um Strategische Optionen im Sinne möglicher Marktpositionen zu finden; Mut, um in Innovationen und das Geschäft der Zukunft zu investieren; Realitätssinn, um bestehende Marktpositionen zu optimieren; mathematische Logik, um den Barwert von Investitionen und zukünftiger Gewinne zu berechnen. Das Resultat sind wunderbare Strategien, Investitionspläne, Wertberechnungen, die anhand schöner Powerpoint Charts wirkungsvoll präsentiert werden. Dies alles ist wichtig und richtig. Nur: Es passiert noch nichts. Resultate werden immer nur im Tagesgeschäft erbracht. Wer Führungserfahrung hat, weiss: Dies ist Knochenarbeit. Die Schlagwörter dazu heissen «Change Management» und «Execution». Die mit Abstand erfolgreichsten Führungskräfte sind jene, die in beiden «Management-Disziplinen» über die nötige Kompetenz verfügen und die es verstehen, beides miteinander zu verbinden. Dazu liefert der einzigartige St. Galler Strategie & Leadership-Ansatz wertvolle Unterstützung.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Leading Strategy

Was macht eine Führungskraft, die sich als Treiber des Strategischen Managements versteht? Das 4-tägige St. Galler Strategie-Seminar zeigt das Denken, die Wirkungsmechanismen und empirischen Gesetzmässigkeiten, das schrittweise Vorgehen und die Instrumente eines gekonnten Strategie-Managements auf.

Realität des Strategischen Managements

Jeder ist ein Stratege. Aber es gibt Unterschiede. Es gibt Führungskräfte, die viel über Strategie reden, aber keine Weichen stellen. Es gibt Firmen, in denen alle von ihren Strategien sprechen, aber jeder meint eine andere. Es gibt Bereiche, die eine klare eigene Strategie verfolgen – doch leider ist diese nicht konform mit der Gesamtstrategie des Unternehmens und wird früher oder später von oben abgeklemmt. Und es gibt Executives, die fest der Meinung sind, Ihren Mitarbeitern eine klar verständliche Strategie kommuniziert zu haben, wenn man aber die Mitarbeiter fragt, dies heftig verneint wird.

Die Strategie soll die Richtung vorgeben. Sie erlaubt es, Ressourcen nach Prioritäten einzusetzen. Sie sagt, was wir sein wollen, aber vor allem auch, was wir nicht sein wollen. Damit reduziert sie Komplexität.

Was also, wenn wir nur glauben eine Strategie zu haben, de facto aber keine einheitliche Auffassung über das Was und das Wie vorhanden ist. Ohne das Was und das Wie auch kein Wer: Alle warten auf Vorgaben, statt die Handlungsspielräume zu nutzen und Impulse für die Entwicklung zu setzen. Ohne Zweifel: Der Wirkungsgrad der Unternehmung sinkt. Und zwar massiv. Mittelfristig bedeutet dies Verlust an Marktposition, Verlust an Wachstums-Momentum, Verlust an Unternehmenswert, Verlust an Motivation, Verlust an Führbarkeit, Verlust an Reputation und Arbeitgeberattraktivität.

Es versteht sich von selbst, dass diese häufig beobachtete Realität des Strategischen Managements nicht akzeptiert werden darf.

St. Galler Strategie Konzept:

Best practices des Strategischen Managements

Gute Strategien sind meist ganz einfach «gestrickt». Sie haben auf einem Blatt Papier Platz. Dadurch sind sie präzise formuliert, exakt auf den Punkt gebracht. Die Frage, was die Unternehmung mit ihren Geschäftsfeldern in Zukunft sein will und was nicht, wird in wenigen Sätzen beschrieben. Damit erhält die Strategie ein klares Profil – sie wird kommunizierbar. Sie wird verstanden. Sie wird akzeptiert, denn sie ist die Antwort auf Veränderungen von aussen und Möglichkeiten von innen, an die alle glauben. Und weil sie akzeptiert und für richtig empfunden wird, werden sich eine grosse Zahl an Leistungsträgern im Unternehmen für ihre Umsetzung engagieren.

Dummerweise ist es viel schwieriger, eine Strategie auf einem Blatt Papier zu formulieren als auf 10 oder 100. Und es ist auch nicht so, dass eine Führungskraft alleine (z. B. der CEO) die Strategie schreibt. Das Wissen über Märkte, Kunden und Kundenbedürfnisse, technologische Möglichkeiten, Wettbewerb, Branchendynamik, Umfeldveränderungen usw. ist auf viele Köpfe verteilt. Viele müssen also in den Prozess der Strategie-Erarbeitung einbezogen werden. Wachstum findet organisch oder via Zukäufe statt, neue Ländermärkte sind aufzubauen, Portfolio-Bereinigungen vorzunehmen, Wertschöpfungstiefe zu überdenken und vieles mehr.

Um die Vielfalt der strategischen Handlungsmöglichkeiten auf den Punkt bringen zu können, braucht es ein exaktes, schrittweises Vorgehen, einen strukturierten Prozess der Strategie-Erarbeitung. Jeder einzelnen Phase sind genau definierte Arbeitsprogramme mit jeweiligen Strategie-Tools zugeordnet.

Wir vom SGMI Management Institut St. Gallen gehören zu den erfahrensten St. Galler Strategie-Experten und haben diesen Prozess zusammen mit dem Management vieler Unternehmen (Konzerne, Grossunternehmen, Mittelstand und KMU) hundertfach durchgespielt. Im ersten Seminarteil stellen wir Ihnen unsere gesammelte Erfahrung zur Verfügung.

Teil 2: Change Management

Teil 2 des Seminars behandelt das Thema «Change Management». Neue Strategien bringen Wandel für Mitarbeiter, die meist die Weiterführung des Bestehenden dem unbekanntem Neuen bevorzugen. Widerstand gegenüber Neuem ist weit verbreitet. Der Erfolg der Strategie steht und fällt somit mit einem gekonnten Change Management und einem Management des Wandels. In diesem 4-tägigen Seminar lernen Sie, einen Veränderungsprozess systematisch einzuleiten und zu steuern.

Neue Erkenntnisse zur «Execution»

- > Trends im Change Management
- > Erfahrungen aus der Praxis
- > Von der Vision und der Strategie zur konkreten Umsetzung im Geschäftsalltag

Wie manage ich Veränderungsprozesse?

- > Die Phasen eines Transformationsprozesses
- > Implementierungs-Barrieren erkennen und abbauen
- > Instrumente der Einbindung von Mitarbeitern
- > Das Konzept der Change Agents
- > Die Koalition der Veränderungswilligen schaffen
- > La-Ola-Wellen im Veränderungs-Management

Psychologie der Veränderung

- > Was Tiefenpsychologen zu Fundamentalwandel wissen
- > Blockaden und Ablehnung
- > Typologie der Umsetzungswilligen und -verweigerer

Veränderungen bewirken

- > Den Veränderungsprozess steuern
- > Führung im Wandel: Die Erfolgsfaktoren
- > Lernen von den Besten: Was funktioniert, was nicht?

CORPORATE PROGRAMS & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN (2 x 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML1214	1. Teil	St. Gallen	22.–25. Januar 2024
	2. Teil	Hallwilersee	15.–18. April 2024
ML1224	1. Teil	Davos	04.–07. März 2024
	2. Teil	Hallwilersee	15.–18. April 2024
ML1234	1. Teil	Davos	04.–07. März 2024
	2. Teil	Eich	16.–19. September 2024
ML1244	1. Teil	Luzern	17.–20. Juni 2024
	2. Teil	Eich	16.–19. September 2024
ML1254	1. Teil	St. Gallen	26.–29. August 2024
	2. Teil	Eich	16.–19. September 2024
ML1264	1. Teil	St. Gallen	26.–29. August 2024
	2. Teil	Luzern	02.–05. Dezember 2024
ML1274	1. Teil	Luzern	11.–14. November 2024
	2. Teil	Luzern	02.–05. Dezember 2024

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

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls12

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

ADMINISTRATION UND ORGANISATION

INFORMATION UND BERATUNG

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

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Telefax +41 (0)71 223 50 32

ANMELDUNG

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

SGMI Management Institut St.Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St.Gallen

Telefax +41 (0)71 223 50 32

Internet www.sgmi.ch

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 Certificate nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referenten-umstellungen bleiben vorbehalten.

SEMINARGEBÜHR, DIPLOMGEBÜHR, EURO

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen (alle Seminar- und Certificate-Gebühren zzgl. 8.1% MWST). In der Certificategebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomteil. 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. Die Seminar-, Certificategebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden. Preisänderungen bleiben vorbehalten.

UMBUCHUNG, STORNIERUNG

Umbuchungen von einer Seminar- oder Certificate durchführung 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. Certificategebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Certificategebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werktage vor Seminarbeginn erfolgt.

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

HOTEL

Unsere Seminarhotels bieten unseren Seminarteilnehmern preisgünstige Seminarpauschalen an. Die Zimmerreservation übernimmt das SGMI Management Institut St.Gallen aufgrund Ihres retournierten Zimmerreservationsblattes. Wir bitten Sie, das Zimmerreservationsblatt auszufüllen und an SGMI, Bogenstrasse 7, CH-9000 St.Gallen, 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 über 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

Bitte rufen Sie mich an. Ich interessiere mich für:

- Seminare, Programme
- Master, Diplome, Zertifikate
- Management Development
- Management Consulting
- SGMI Alumni

Name Vorname

Firma

Funktion

SGC 24

Telefon E-Mail

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24