

Holding und Konzernleitungs-Programm

Inhouse Durchführung

Seminarnummer: INH100

Dauer: 4 Tage, nur firmenspezifisch

Ort, Termin: zu vereinbaren

Sprache: wahlweise Deutsch oder Englisch

Projektanfrage: Bitte verlangen Sie ein massgeschneidertes Angebot für ein firmenspezifisches Projekt unter: www.sgbs.ch/inh100

Beratung und Infos:

Telefon: +41 71 225 40 80

Mail: inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an oberste Führungskräfte und Unternehmer, die als Mitglieder der Holding- oder Konzernleitung für die strategische Führung mehrerer Geschäftssparten, Teilkonzerne oder Firmen zuständig sind.

Aufbau

Hochkarätige Dozenten unserer Business School zeigen, wie eine wirkungsvolle Holding- oder Konzernstrategie erarbeitet wird. Zudem lernen die Teilnehmenden, präzise Vorgaben, Leitplanken und Ziele an die Geschäftsleitung der nachgelagerten Firmen, Divisionen und Geschäftsbereiche zu machen. Diese «Vorgaben von oben» erlauben es dann den einzelnen Geschäftsführern, ihrerseits präzise Strategien für ihren Verantwortungsbereich zu erarbeiten und vor der Gesamtleitung zu präsentieren. Auch die Stabsfunktionen und Service-Centers eines Unternehmens brauchen strategische Richtung. Wir zeigen, wie Strategien und Ziele für Konzernstäbe und Servicebereiche erarbeitet werden.

Der dritte Seminartag gilt den Fragen der Umsetzung, Implementierung und des Change Managements.

Im vierten Tag steht die Steuerung der Finanzen im Vordergrund. «Executive Finance» ist für alle Führungskräfte mit Verantwortung für ein oder mehrere Unternehmen ein besonders anspruchsvolles Thema. In komprimierter und praxisnaher Form zeigen wir, wie die finanzielle Führungsverantwortung wahrgenommen werden sollte.

Konzept

Mitglieder der Holding- und Konzernleitung führen als Geschäftsleitung der Obergesellschaft mehrere eigenständige juristische Einheiten. Sie setzen Leitplanken, definieren oberste Werte und geben strategische Ziele vor. Im Rahmen von Spielregeln und Geschäftsordnung regeln sie das Ausmass an Handlungsautonomie und Selbstorganisation. Sie sind verantwortlich für Strategie, Finanzen und Human Resources.

Nutzen

Die Teilnehmenden lernen, jene Vorgaben, Leitplanken und strategischen Ziele zu bestimmen, welche nötig sind, um die Steuerungsfunktion aus Sicht der Holding und Konzernleitung wirkungsvoll ausüben zu können.

Themen

Professionelles Holding-Management

Die Holding als moderne Organisationsform. Viable System-Prinzipien für Überlebensfähigkeit und dauerhafte Prosperität des «Systems Unternehmung». Orientierungsgrössen und Steuerungsaspekte eines professionellen Holding Managements.

Strategische Steuerung einer Unternehmens-Gruppe

Strategisches Management einer Unternehmens-Gruppe oder einer Gruppe von Unternehmen – ein wichtiger Unterschied. Die unverzichtbaren Lenkungs- und Steuerungs-Aufgaben der Gesamtleitung.



Themen

Business Mission

Die Bestimmung von Identität und oberster Zwecksetzung. Business Mission als kommunizierbare Aussage zum Geschäftsverständnis. Die Leitplanke der unternehmerischen Tätigkeit.

Wertvorstellungen und Werte

Wertvorstellungen als ethisch moralischer Rahmen für die Geschäftstätigkeit. Präzises Herausarbeiten verbindlicher Werte. Gesetzmässigkeiten des Wert-Managements.

Eignerstrategie

Die persönlichen Antriebskräfte der Eigner. Das Zusammenwirken von Eignerstrategie und Unternehmensstrategie. Mögliche Spannungsfelder frühzeitig erkennen. Die gemeinsame Basis finden.

Code of Conduct

Die Beziehungen zwischen Konzernleitung und den Geschäftsführern resp. Vorständen der nachgelagerten Unternehmen sollten durch verbindliche Spielregeln und einen Verhaltens-Kodex geregelt werden.

Autonomie und Handlungsspielraum

Dezentralisation oder Zentralisation? Die Vor- und Nachteile der beiden Führungs-Philosophien. Das richtige Mass an Selbstorganisation und Autonomie.

Zentralisation, wo nötig

Die nötige Steuerungslogik «von oben». Zentral führen, wo nötig und sinnvoll. Synergien nutzen. Die Kraft der Gruppe zum Einsatz bringen. Zentrales Controlling und Risk-Management.

Aufbau der Holding- oder Konzernstrategie

Bestandteile einer professionell aufgebauten Holding- und Konzernstrategie. Die Erkenntnisse der Strategielehre. Die Gruppe auf nachhaltiges Wachstum, Wertsteigerung und Rentabilität ausrichten.

Strategische Leitplanken

Welche Leitplanken von oben definiert werden müssen. Strategische Leitplanken als richtungsweisende Vorgaben an die nachgelagerten Führungsebenen.

Strategische Zielvorgaben

Die Formulierung ehrgeiziger, aber realisierbarer Zielvorgaben zu Wachstum, Wertsteigerung, Rentabilität und Strategischer Positionierung im Wettbewerbsumfeld.

Strategisches Leadership

Prinzipien und Gestaltungsaufgaben des Strategischen Leaderships. Führen auf Top Management Ebene. Vertrauensvolle Zusammenarbeit, gegenseitiger Respekt und das Arbeiten an gemeinsamen Zielen.

Strategisches Controlling

Wer Vertrauen schenkt und Kompetenzen und Verantwortung definiert, braucht geeignete Controlling-Instrumente und ein wohl durchdachtes Risk Management. Die Balanced Scorecard alleine reicht dafür nicht aus.

Information und Kommunikation

Wie kommuniziert die Gruppenleitung mit Management und Mitarbeitern der einzelnen Tochtergesellschaften? Was soll kommuniziert werden?

Unternehmens-Kultur

Mit welchen Programmen optimiert man die Chance, jene Kultur zu entwickeln, die tatsächlich gewollt ist? Bewusstes Kultur-Management.

Entscheidungen zur Konzernstruktur

Die Konzernstruktur als eine der zentralen Eingriffsmöglichkeiten in Funktionieren und Entwicklung der Gruppe. Die wichtigsten Struktur-Optionen.

Steuerung der finanziellen Prosperität

Portfolio Management und aktives Ergebnis-Management. Wert- und Performanceorientierte Gesamtführung.

Inhouse-Anfrage

Planen Sie eine firmenspezifisches Seminar? Ein massgeschneidertes Management Programm? Brauchen Sie einen engagierten Partner für Management Development oder Talententwicklung? Oder geht es darum, die Kompetenz unserer Business School für einen Workshop mit Vorständen, Geschäftsführern und Executives zu nutzen? Oder unsere

Consultants dafür einzusetzen, Ihre zentrale Welt-Strategie in 100 Ländern gemeinsam mit dem lokalen Management umzusetzen: Vom 1-Tages-Workshop bis zum mehrjährigen Projekt:

Die St. Gallen Business School ist Ihr Partner für anspruchsvolle firmenspezifische Projekte. Lokal. National. Global.

Wir sind für Sie da!



Christian Abegglen
Dr. oec. HSG
Präsident des Verwaltungsrates der St. Galler Business School



Andreas Rippberger
Dipl. Betr.-Wirt.
Director Consulting Spezialist für Strategie und Umsetzung



Markus Müllner
Dr. oec. HSG
Director Corporate Programs Spezialist für Führung 4.0 und Strategie



Robert Neumann
ao. Univ. Prof. Dr.
Wissenschaftliche Leitung MBA-Studiengänge der St. Galler Business School

Inhouse Anfrage

Wir sind an einer Zusammenarbeit mit der St. Gallen Business School im Bereich eines firmenspezifischen Projekts interessiert und bitten um Ihre Kontaktaufnahme.
Anfrageformular im Internet: www.sgbs.ch/inhouse-anfrage

Angaben zur Durchführung

Programm

Hierarchische Stufe/Funktionen der Teilnehmer

Nummer

Gewünschter Durchführungszeitraum

Gewünschte Seminarsprache

Voraussichtliche Anzahl Teilnehmende

Angaben zur Kontaktperson

Firma

Anzahl Beschäftigte

Anrede

Strasse, Nummer

Vorname

PLZ

Name

Ort

Titel (nur wenn gewünscht)

Land

Abteilung

E-Mail Kontaktperson

Funktion

Telefon Kontaktperson

Was sagen unsere Kunden?

«Besonders hervorheben möchte ich dabei die konsequente Ausrichtung der Lehrmethoden an der Selbstbefähigung der Seminarteilnehmer.»



WITTENSTEIN

Dr. Manfred Wittenstein



«Die Trainings wurden inhaltlich sehr praxisnah gestaltet, darüber hinaus sind firmeninterne Inhalte mit eingeflossen. Daraus entstand ein hoher Umsetzungstransfer, der anhält.»

ALTANA

Annette Lampe, Verantwortliche für die Durchführung des Management Development Programmes bei ALTANA Chemie AG



«Yes, excellent. In all cases, we had a very good mix of pragmatic people who possessed both good theoretical background and solid real world experience.»

HEIDELBERG

Robert Crooker,
Senior Vice President Product Strategy
Heidelberg Druckmaschinen AG



«Insgesamt erzielten wir sehr gute Ergebnisse, die sich in überdurchschnittlichen Feedback-Werten widerspiegeln aber auch an der intensiven Nachfrage seitens der Mitarbeiter.»

Microsoft

Andrea Fichtelmann,
Field Readiness Managerin BMO
Microsoft Deutschland GmbH

