

# Disruption, General Management, Transformation

## Inhouse Durchführung

**Seminarnummer:** INH156

**Dauer:** 8 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/inh156](http://www.sgbs.ch/inh156)

### Beratung und Infos:

Telefon: +41 71 225 40 80

Mail: [inhouse@sgbs.ch](mailto:inhouse@sgbs.ch)

## Zielgruppe

1. Executives mit Verantwortung für das Unternehmen oder wesentliche Teilbereiche
2. Entscheidungsträger aus der Geschäftsleitung und Geschäftsführung
3. Verantwortliche für Business Units, Geschäftsfelder, wichtige Bereiche
4. Verantwortliche für Innovation und die Zukunft des Unternehmens

## Nutzen

Hochkarätige Dozenten zeigen, was sich beim Management im Wandel bewährt. Sie erfahren neuestes Wissen und lernen:

- die Strategie nach Best Practices zu konzipieren
- die Unternehmung bzgl. Veränderungsdynamik und Innovationsfähigkeit unter die Lupe zu nehmen
- Gutes zu bewahren und «alte Zöpfe» zu erkennen und abzuschneiden
- radikale Veränderungen anzudenken und zu simulieren
- jene Programme zu planen und einzuleiten, die Sie als Mindestmass an Veränderung in Ihr Unternehmen hineinbringen wollen, um es fit für Wandel zu machen.

## Konzept

Erfolgsverwöhnte Unternehmen haben keinen Druck, etwas zu verändern. Im Gegenteil: Warum sollte man verändern, wenn doch alles gut läuft. Erfolg kann anspornen oder träge und selbstzufrieden machen. Erfolgreiches Management weiss was zu tun ist, damit eines ganz sicher nicht entsteht: Die Unfähigkeit einer ganzen Organisation, auf Veränderungen zu reagieren und sich rechtzeitig anzupassen. Transformation und Wandel braucht es immer wieder aufs Neue. Ohne Veränderung rostet die Firma langsam ein; die Anpassungsfähigkeit reduziert sich schrittweise, schon kleine Veränderungen stossen auf Unverständnis der Beteiligten, die aus einer jahrelangen Gewohnheit wohlverworbene Bestandesrechte ableiten. Was aber, wenn externe oder interne Veränderungen das Unternehmen zur Anpassung zwingen? Wenn eine Kurskorrektur unvermeidlich wird, um die Zukunft des Unternehmens zu sichern? Wenn Internationalisierung, Digitalisierung und andere Trends gemeinsam mit den Mitarbeitenden bewältigt werden müssen?

## Themen

### Teil 1: General Management

#### Neue Strategie

- Aktuelle Herausforderungen
- Der globale Wettbewerb
- Die Analyse der Wettbewerbsposition
- Im Wettbewerb bestehen

#### Neue Geschäftsmodelle

- Richtung und Qualität der heutigen Innovationsanstrengungen
- Die grundsätzliche Innovationsstrategie
- make-or-buy auch für Innovation?
- Stossrichtung des Business Development

#### Neue Ressourcenzuteilung, neue Führung

- Wohin fließen heute unsere Ressourcen (Geld, Zeit)?
- Wofür setzen unsere Manager ihre Kraft und Zeit ein?
- Was soll sich bei Leadership und Führung ändern?
- Wie kann die Effektivität der Führung gesteigert werden?

# Themen

## Neue Technologien

- Technologie-Trends und ihre Relevanz
- Die Auswirkungen der Digitalisierung
- Die eigene Technologie-Strategie

## Neues Marketing

- Stimmt unsere Marketingstrategie?
- Überzeugt die bestehende Kundensegmentierung?
- Bieten wir einen hohen und immer wieder weiter entwickelten Kundennutzen?
- Begeistert unser Preis-/Leistungsverhältnis?
- Nehmen wir starke Marktpositionen ein?

## Neues Leistungsangebot

- Bieten wir einzigartige Produkte und Leistungen?
- Sollen wir stattdessen vermehrt Lösungen erbringen?
- Welche Ideen zum innovativen Pricing bieten wir an?

## Erneuerung im Geschäfts-Portfolio

- Sollten wir durch Zukauf wachsen?
- Müssen wir uns in bestimmte Märkte einkaufen?

- Gibt es Bereiche, die wir verkaufen sollten?
- Wer könnte ein interessanter Fusionspartner sein?

## Neue Erwartungen an den Unternehmenswert

- Wie hat sich der (mutmassliche) Wert des Unternehmens in den letzten 10 Jahren entwickelt?
- Welche Erwartung an die zukünftige Wertsteigerung pro Jahr haben die Eigner?
- Wie können wir diese Wertsteigerung erreichen?

## Finanzielle Führung

- Neue Trends im Finanzmanagement
- Kennzahlen orientierte Führung

## Teil 2: Change Management

### Transformation

Internationalisierung und die damit verbundenen Veränderungen führen zu einer Vielzahl von neuen Perspektiven. Sie stellen hohe Anforderungen an Leadership und Führung. Gute Strategien und Konzepte sind nur dann wirklich gut, wenn es gelingt, sie auch umzusetzen.

- Warum Veränderungen die Organisation sowie viele Mitarbeitende unter Druck setzen

- Die häufigsten Ängste und Vorurteile bei grossem Wandel
- Wie kleine Veränderungen im Umfeld oder aus dem Unternehmen heraus zu grosser Verunsicherung führen können.
- Praxis: Die wichtigsten Gefahren, als verantwortliches Management in der Transformation zu scheitern

### Veränderungs-Management

Was also ist zu tun, um die Transformation des Unternehmens, hinein in die neue Zeit, gemeinsam mit hoch motivierten Leistungsträgern effektiv bewerkstelligen zu können? Welche Prinzipien der Unternehmens-Transformation und des Change Managements müssen berücksichtigt, welche Instrumente sollten angewendet werden?

- Die Analyse des wahrscheinlich entstehenden Stresspegels
- Die Konsequenzen massiver Veränderung auf die Betroffenen ernst nehmen
- Instrumente und Methoden des Change-Managements
- Das Transformationskonzept: Was verändern, wie vorgehen?

### Die Betroffenen «mitnehmen»

Grosse Veränderungen gibt es viele: Neue Technologien, Disruption, internationale Konkurrenz, Aufspalten, Restrukturieren; dazu Themen wie künstliche Intelligenz, Automatisierung, Standortverlagerung. All dies macht es den meisten Mitarbeitenden nicht einfach, ohne Angst um ihren Arbeitsplatz oder um Liebgewonnenes sich für das Wohl des Unternehmens einzusetzen. Angst lähmt, Unsicherheit verschlechtert Qualität und Performance. Hier sind Führungskräfte besonders gefordert, hier zeigt sich ihre Leader- und Change Management Qualität.

- Mitarbeiterführung in Zeiten des Wandels
- Die Notwendigkeit des Wandels begreifbar machen
- Akzeptanz für die Richtigkeit der Reaktion auf notwendigen Wandel schaffen
- Gefährdungspotenziale und Verlust an Lebensfähigkeit des Unternehmens glaubwürdig und ehrlich kommunizieren
- Die Vorteile der Transformation aufzeigen
- Die gemeinsame Vision für die Zeit danach

## 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](http://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.»



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.»



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.»



Andrea Fichtelmann,  
Field Readiness Managerin BMO  
Microsoft Deutschland GmbH

