

Management- Weiterbildung

Seminare & Lehrgänge

St. Gallen
Business School



Strategie **Management** Agil
Digital **Ausbildung** Verhalten
Kultur **Weiterbildung**
Vernetzt **Entwicklung** Struktur

NEU KI im Management

Sep. 2025 – Dez. 2026



Management Weiterbildung



Günther Pipp
Dr.oec.HSG
Präsident des VR
St. Gallen Business School



Christian Muntwiler
Dr. oec. HSG (Universität St. Gallen)
Mitglied der Geschäftsleitung
St. Gallen Business School

Die Aufgabe der St. Gallen Business School ist es, aktuelle Erkenntnisse zu Management und Leadership so zu verdichten und weiter zu geben, dass daraus ein entscheidender Beitrag für gutes Management in Unternehmen und Organisationen entsteht.

St. Gallen Business School
Rosenbergstrasse 36
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 71 225 40 80
E-Mail seminare@sgbs.ch

www.sgbs.ch



Leitung Kompetenzzentren



Matthias Mohr
Prof. Dr.
Executive Board Director
Financial Management



Dr. Maren Müller
Prof. Dr., Executive Board
Kompetenzzentrum
Führungsleistung &
Management Performance



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



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



Caroline Müller
Executive Board
Kompetenzzentrum
Teamführung und
Selbstmanagement



Mara Wiedenmann
M.A.HSG
Mitglied der
Geschäftsleitung



Claus Gerberich
Prof. Dr.
Zentrum für
Familienunternehmen



Dr. Eva Brandt
Zentrum für
Persönlichkeits-Training



Dr. Marcus Disselkamp
Zentrum für
Unternehmertum

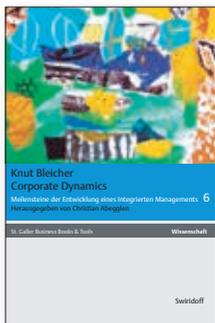
Künstliche Intelligenz erobert die Unternehmensführung



Knut Bleicher
Managementsysteme
Band 4



Knut Bleicher
Human Resources Management
Band 5



Knut Bleicher
Corporate Dynamics
Band 6

Editorial

Wir stehen an der Schwelle zu einer neuen Ära der Unternehmensführung. Künstliche Intelligenz ist nicht nur ein Werkzeug. Sie ist ein Transformator. Sie verändert, wie wir denken, entscheiden, führen. In dieser neuen Welt braucht es visionäre Führung. Menschen, die den Mut haben, gewohnte Pfade zu verlassen. Die den Fortschritt nicht nur kontrollieren wollen, sondern ihn aktiv gestalten.

An der St. Gallen Business School sehen wir KI als Katalysator für exzellente Führung: eine Chance, Organisationen neu zu denken, Mitarbeitende zu stärken, Innovation zu entfesseln. Wer heute lernt, KI strategisch einzusetzen, prägt das Unternehmen von morgen. KI kann Entscheidungsprozesse beschleunigen, Muster erkennen, Risiken minimieren. Doch sie ersetzt kein Urteilsvermögen, keine Werteorientierung und keine zwischenmenschliche Intelligenz. Führung im Zeitalter der KI bedeutet: Maschinen nutzen – Menschen führen.

Unser Anspruch ist es, Führungskräfte auf diesem Weg zu begleiten: mit einer Management Weiterbildung, die KI in viele unserer Seminare integriert. Mit der Erfahrung, die unsere Dozierenden und KI-Experten bereits in mehreren KI-Projekten für renommierte Unternehmen erwerben konnten. Mit unserer KI-Anwendungsforschung im KI-Lab der SGBS.

Wir laden Sie herzlich ein, Teil dieser Bewegung zu sein.

Wie KI die strategische Unternehmensführung revolutioniert

KI und GenAI haben das Potenzial, die Unternehmensführung zu revolutionieren. Es gibt also gute Gründe, sich möglichst schnell mit den Auswirkungen der KI auf die Unternehmensführung und das Unternehmen zu beschäftigen. Dieses Programm der St. Gallen Business School gibt dazu den idealen Rahmen. Siehe Seite 10.

Details und anmelden: sgbs.ch/av03

St.Galler General Management Programm – mit KI

Modernes General Management in einer digitalisierten Welt. Teil 1 legt den Fokus auf unternehmerisches Denken, ganzheitliche Unternehmensführung, Strategiearbeit und den gezielten Einsatz von KI als unerlässliches Instrument der Unternehmensführung. Teil 2 richtet sich an Entscheidungsträger, die ihre persönliche Führungswirkung reflektieren und stärken wollen. Siehe Seite 20.

Details und anmelden: sgbs.ch/av10

KI & Digital Strategie Programm

Ziel dieses Programms ist es, die Konsequenzen der Digitalisierung auf die Wettbewerbsposition eines Unternehmens aufzuzeigen (Teil 1). Zudem sollen die Erkenntnisse dann im Rahmen des eigenen Strategischen Managements verwertet werden (Teil 2).

Details und anmelden: sgbs.ch/av12

KI-unterstützte Technologie- & Innovationsstrategie

Neue Technologien verändern die Wettbewerbsposition des Unternehmens und seiner Geschäfte. Wie wird ein unternehmens- und branchenspezifisches Trendradar erstellt und wie wird dieses dann für die Erarbeitung der Innovations- und Wettbewerbsstrategie genutzt? Was kann künstliche Intelligenz (KI) dabei leisten? Siehe Seite 25.

Details und anmelden: sgbs.ch/av40

Weiterbildung Künstliche Intelligenz im Management

Weiterbildung Künstliche Intelligenz richtet sich an Mitglieder der Geschäftsleitung, Chief Officers (CEO, CMO, CDO, etc.), Bereichsverantwortliche, Strategieverantwortliche sowie an erfahrene Führungskräfte mit Interesse an einer hochwertigen KI Weiterbildung. Siehe Seite 26.

Details und anmelden: sgbs.ch/av65

Künstliche Intelligenz in der strategischen Unternehmensführung

Tauchen Sie ein in die Zukunft der Unternehmensführung: „Künstliche Intelligenz in der strategischen Unternehmensführung“ bietet Ihnen einen kompakten, praxisnahen und visionären Überblick über die Potenziale und Risiken von KI für Ihre Führungspraxis. Dieses Seminar richtet sich an Führungskräfte, die mit klarem Weitblick die digitale Transformation mitgestalten wollen. 3 Tage. Siehe Seite 53.

Details und anmelden: sgbs.ch/av08

Strategisches Verkaufen mit KI

Welche digitalen Instrumente der Potenzialnutzung, Pflege der Stammkunden und Neukundenakquisition verfügen wir? Welche zum Thema Vermeidung von Kundenverlust oder Rückholaktionen? Wie können wir den digitalen Verkauf ausbauen? Wie kann uns KI bei all diesen Aufgaben unterstützen? 4 + 2 Tage.

Details und anmelden: sgbs.ch/av00



Günther Pipp
Dr. oec. HSG
Präsident des Verwaltungsrats
der St. Gallen Business School

Inhaltsübersicht

Management Weiterbildung

Management Weiterbildung für Executives & Führungskräfte 9



Management Weiterbildung mit hohem Praxisbezug und Umsetzungsnutzen. Für Top Management, Executives und Führungskräfte. St. Gallen Business School: Der Standard für erstklassige Management Seminare und Programme.
sgbs.ch/seminare

Executive Management	9
Unternehmensführung für High Potentials	30
General Management	40
Strategisches Management	52
Leadership	70
Führungskompetenz & Führungsverhalten	87
Kommunikation für Führungskräfte	99
Kundenmanagement, Marketing, Verkauf, Vertrieb	106
Finanzielle Führung	129

Advanced Juniors und High Potentials Programme 30



High-Potentials: Führungskräfteentwicklung für das Management der Zukunft. Advanced Juniors: Aus- und Weiterbildung für junge Führungs- und Nachwuchskräfte im Alter von 28 – 45 Jahren.
sgbs.ch/aj

Intensivprogramm Unternehmensführung	31
St. Galler Junior Business School	32
High Potentials Leadership Programm	34
St. Galler Führungsprogramm für High Potentials	35
Young Manager Führungsprogramm	36
High Potential Finanz-Programm	37
High Potential Kommunikations-Programm	38

Weiterbildungs-Suche

in 30 Sekunden das Passende finden



In 30 Sekunden genau das finden, was Sie suchen: Selektion nach Thema, Zielgruppe, Dauer, Weiterbildungs-Format. Mit Direkt-Link, Merkliste und einfacher Weiterverarbeitung der Suchergebnisse.

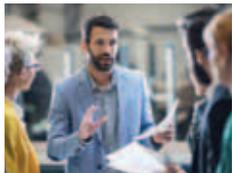
sgbs.ch/suse

St. Galler Online und Blended Learning Programme sgbs.ch/on



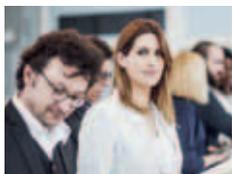
Sie haben die Wahl: 100% Online oder eine Mischung von Präsenz und Online. Ein umfassendes Angebot an aktuellem Management Wissen mit dem von Ihnen bevorzugtem Anteil an Online Live Sessions zu je 4 Stunden. sgbs.ch/online oder sgbs.ch/blended

Familienunternehmen- und KMU-Weiterbildungsprogramme sgbs.ch/kmu



St. Galler Seminare für Familienunternehmen und KMU's. Die erfolgreiche Führung eines Familienunternehmens, unter Berücksichtigung der Vorstellungen der Eigner. Die Stärken der Kleinen gegenüber den Konzernen optimal nutzen. sgbs.ch/kmu

Executive MBA 144



Das berufsbegleitende, zeitlich sehr flexible akademische Programm für Führungskräfte. Mit 2 Optionen der Buchung: Sofort-Anmeldung für das EMBA-Studium. Oder Upgrade, ausgehend von Abschlüssen im Rahmen des St. Galler Praxisstudiums. sgbs.ch/emba

St. Galler Praxisstudium Berufsbegleitend für Führungskräfte

St. Galler Diplomzertifikats-Programme 135



Viel Wissen in kurzer Zeit: Intensivprogramme. Um Wissen und Kompetenz in einem ganz spezifischen Themenbereich schnell auszubauen und dies auch durch ein St. Galler Zertifikat zu dokumentieren. sgbs.ch/praxisstudium

SGBS Certified Experts St. Gallen 138



Das St. Galler Praxisstudium für Führungskräfte. Genau das lernen, was wirklich nützt. Ein Schliessen von Fähigkeitslücken; ein Aufbau neuer Kompetenzen auch zum Wohle des Arbeitgebers. Mit einem Abschluss als «SGBS Certified Expert St. Gallen». sgbs.ch/experts

Berufsbegleitende Management Schools 140



Die St. Galler Schulen bereiten auf anspruchsvolle Management- und Führungspositionen vor: CEO werden, Vorstand:in werden, Geschäftsführer:in werden, General Manager:in werden. sgbs.ch/schools

Management Certificates 143



Weiterbildung mit Zertifikatsabschluss. Total ca. 7 bis 8 Präsenztage in 2 Teilen. Zuerst das Seminar. Dann das Zertifizierungsmodul: Wissensanwendung, New Learning mit aktivem Engagement als Basis für die Zertifizierung. sgbs.ch/mc



Executive Education Führungskräfte-Weiterbildung

Executive Management Programme

Wie KI die strategische Unternehmensführung revolutioniert	10
CEO- & Geschäftsleitungs-Lehrgang	12
Executive General Management	13
St. Galler Executive Business School	14
St. Galler Executive Leadership Programm	16
St. Galler CEO- & Geschäftsführungs-Programm	18
St. Galler General Management Programm	20
St. Galler Geschäftsführer Programm	21
St. Galler CEO- & Geschäftsführer-Programm für KMU und Mittelstand	22
St. Galler Top Management & Leadership Programm	23
KI & Digital Strategie Programm	24
KI-unterstützte Technologie- & Innovationsstrategie	25
Weiterbildung Künstliche Intelligenz im Management	26
St. Galler Unternehmensführungs-Programm	27
Effective Management Programm	28
Bedeutende Unternehmenseinheiten führen	29

Unternehmensführung für High Potentials

Intensivprogramm Unternehmensführung	31
St. Galler Junior Business School	32
High Potentials Leadership Programm	34
St. Galler Führungsprogramm für High Potentials	35
Young Manager Führungsprogramm	36
High Potential Finanz-Programm	37
High Potential Kommunikations-Programm	38

General Management

Profit Center/Business Unit erfolgreich führen	41
General Management: Strategie. Finanzen. Leadership.	42
General Management: Management & Führung	44
St. Galler Managementkurs	45
St. Galler Betriebswirtschaftslehrgang	46
St. Galler Management Programm	47
Operationelle Exzellenz	48
Ganzheitliches Management. Gesamtperspektive für Führungskräfte.	49
Optimale Organisation: Struktur. Dynamik. Agilität. Umsetzungskraft.	50
Umsetzungskompetenz für Führungskräfte	51



Strategisches Management

Künstliche Intelligenz in der strategischen Unternehmensführung	53
Strategisches Management für Executives	54
Strategisches Management in der Praxis	56
Business Development: Neue Strategien für eine erfolgreiche Zukunft	57
St. Galler Strategie Programm	58
St. Galler Strategieseminar für Familienunternehmen	59
Neue Geschäfte erfolgreich aufbauen	60
Strategische Initiativen zur Zukunftssicherung	61
Wachstum & Wachstums-Beschleunigung	62
Digital Business Transformation	63
Disruption, Innovation, Transformation.	64
Hochleistungsorganisation – World Class Company	65
Wettbewerbsposition ausbauen, Marktanteile gewinnen	66
Strategie & Rolle von Zentralfunktionen	67
Unternehmensstrategie: Wie erarbeiten?	68
Funktionale Strategie: Wie erarbeiten?	69

Leadership

Leadership – Weichen stellen und wirkungsvoll führen	71
Leadership – St. Galler Führungsprogramm	72
Executive Leadership I: Führungskräfte führen	74
Executive Leadership II: Führen grösserer Einheiten oder einer ganzen Organisation	75
Persönliche Führungskompetenz	76
Advanced Leadership	78
Seminar Resilienz für Führungskräfte	79
Leadership Kompetenz wirkungsvoll einsetzen	80
Hochleistungsteams entwickeln und führen	81
Change-Management: Wandel erfolgreich umsetzen	82
Die eigene Managementkraft weiter ausbauen	83
Corporate Leadership: Einen Unternehmensbereich führen	84
Leading Change – Führen in Zeiten des Wandels	85
Führung und Hochleistungsorganisation	86

Unsere Angebote im Internet: www.sgbs.ch
Telefonische Beratung: [+41 71 225 40 80](tel:+41712254080)
Kontakt: seminare@sgbs.ch

Führungskompetenz und Führungsverhalten

St. Galler Führungsseminar	88
Die effektive Führungspersönlichkeit	89
Führen, Auftreten, Wirken	90
Führen von Teams	91
Die souveräne Führungspersönlichkeit	92
Führungsverhalten und Führungskompetenz	93
St. Galler Team Management Programm	94
Team-Management im Internationalen Unternehmen	95
St. Galler Teamleiter Seminar	96
Seminar Persönlichkeitsentwicklung	97
St. Galler Führungstraining	98

Kommunikation

Die kommunikative, agile Führungskraft	101
St. Galler Kommunikationstraining	102
Kommunikations- & Verhandlungstraining	103
Führen. Verhandeln. Kommunizieren.	104
Rhetorik und motivierende Kommunikation	105

Kundenmanagement, Marketing, Vertrieb, Sales

St. Galler Produktmanager Programm	107
St. Galler Verkaufs- & Vertriebsmanagement Programm	108
Strategisches Key Account Management Programm	110
Von der Geschäftsidee zum Markterfolg	111
Sales & Verkaufsführung	112
Kundenmanagement und Umsetzung im Vertrieb	113
Strategisches Verkaufsmanagement	114
Strategisches Marketing Programm	115
Customer Value, Marketing und Vertriebsstrategie	116

Finanzielle Führung, finanzielle Resultate

Finanz-Wissen für Führungskräfte	118
Finanzmanagement für Ergebnisverantwortliche	119
Finanz-Programm für Führungskräfte	120
Controlling und Führen mit Kennzahlen	122
St. Galler Finanzlehrgang	123
Finanzielle Entscheidungen richtig treffen	124
Ebit und Cash Flow Management	125
Mergers & Acquisitions	126
Strategisches Mergers & Acquisitions	127
Unternehmen kaufen und verkaufen	128
Die finanzielle Ergebnisverantwortung der Führungskraft	129



Management Weiterbildung für
Executives & Führungskräfte

Executive Management

Wie KI die strategische Unternehmensführung revolutioniert	11
CEO- & Geschäftsleitungs-Lehrgang	12
Executive General Management	13
St. Galler Executive Business School	14
St. Galler Executive Leadership Programm	16
St. Galler CEO- & Geschäftsführungs-Programm	18
St. Galler General Management Programm	20
St. Galler Geschäftsführer Programm	21
St. Galler CEO- & Geschäftsführer-Programm für KMU und Mittelstand	22
St. Galler Top Management & Leadership Programm	23
KI & Digital Strategie Programm	24
KI-unterstützte Technologie- & Innovationsstrategie	25
Weiterbildung Künstliche Intelligenz im Management	26
St. Galler Unternehmensführungs-Programm	27
Effective Management Programm	28
Bedeutende Unternehmenseinheiten führen	29



Wie KI die strategische Unternehmensführung revolutioniert

Das neueste Wissen, mit Praxisbeispielen.

Durchführungen

2025

Nr. AV0315 1. Durchführung 2025

- 1. Teil 8. – 10.12.2025, Zürich
- 2. Teil 6. – 8.07.2026, Frankfurt

2026

Nr. AV0316 1. Durchführung 2026

- 1. Teil 23. – 25. März 2026, St.Gallen
- 2. Teil 6. – 08. Juli 2026, Frankfurt

Nr. AV0326 2. Durchführung 2026

- 1. Teil 8. – 10. Juni 2026, Frankfurt
- 2. Teil 6. – 8. Juli 2026, Frankfurt

Nr. AV0336 3. Durchführung 2026

- 1. Teil 28. – 30. Sep. 2026, München
- 2. Teil 30. Nov. – 2. Dez. 2026, St.Gallen

Nr. AV0346 4. Durchführung 2026

- 1. Teil 30. Nov. – 2. Dez. 2026, St.Gallen
- 2. Teil 22. – 24. Februar 2027, Frankfurt

Dauer: 3 + 3 Tage

Seminargebühr: CHF 9500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av03

Konzept

Die Entscheidungsträger auf Ebene Unternehmung, Geschäftsbereiche, Produktmanagement und Sales sind erneut gefordert: Nach Digitalisierung, neuen politischen Rahmenbedingungen mit Überdenken des bisherigen Globalisierungsstrategie und Mangel an Fachkräften hat ein neuer ‚Game Changer‘ die Chefetagen der Unternehmen erreicht: Künstliche Intelligenz.

Wer sich einmal damit beschäftigt hat, ist schnell überzeugt: KI und GenAI haben das Potenzial, die Unternehmensführung zu revolutionieren. Es gibt also gute Gründe, sich möglichst schnell mit den Auswirkungen der KI auf die Unternehmensführung und das Unternehmen zu beschäftigen. Dieses Programm der St. Gallen Business School gibt dazu den idealen Rahmen:

- Sie erfahren den aktuellen Stand des Wissens zum Thema Künstliche Intelligenz
- Sie lernen aus Beratungsprojekten der St. Gallen Business School zum Thema KI
- Wir präsentieren die aktuellen Best Practices – im Bewusstsein, dass sich das aktuelle Wissen rasend schnell weiter entwickelt
- Wenn Sie nach dem Seminarbesuch unsere KI-Experten für firmenspezifische Fragen engagieren möchten, können Sie uns gerne kontaktieren.

Themen

Alarm: Disruption in atemraubendem Tempo

Normalerweise verdrängt Neues das Alte nicht so schnell, wie die Innovatoren sich dies wünschen. Menschen lieben das Bestehende und sind vorsichtig bei Neuem. Dies verzögert den Aufstieg des Neuen und verlangsamt demzufolge den Abstieg des Bestehenden. Dieser ‚Verdrängungszeitraum‘ kann selbst dann Jahre betragen, wenn das Neue einen hohen Kundennutzen aufweist und objektiv deutliche Vorteile gegenüber der verdrängenden Lösung hat. Zum Beispiel dann, wenn der Kunde sich zu stark in seinem Verhalten oder seinen Werten verändern muss; wenn der neue Kundennutzen zu gering, zu schwer kommunizierbar oder zu unglaubwürdig ist; wenn das Umstellungsrisiko zu hoch und der wirtschaftliche Nutzen zu gering ist uvm.

KI als Verdränger hingegen scheint sich im Rekordtempo durchzusetzen. Es bleibt somit keine Zeit, zu hoffen und zu warten. Die Alarmglocken sollten im Top Management und bei allen Entscheidungsträgern läuten: Es braucht eine KI-Strategie, die flexibel genug sein muss, ständig an heute noch nicht absehbare Veränderungen angepasst zu werden. Es braucht ein neues Verständnis der Unternehmensführung unter Einbezug der KI.

Themen

Chance: Enorme Vorteile und Effektivitätsgewinne durch KI

Eine erfolgreiche Disruption bedeutet meist die Zerstörung bestehender Geschäfte und Marktpositionen. Zugleich ist sie aber auch die grosse Chance, aus kleinsten Anfängen heraus mit gigantischen Wachstumsraten in die Geschäfte der Zukunft oder in neue Prozesse mit Effektivitätsgewinnen einzusteigen. Mit welcher Innovationsstrategie wollen Sie dies bewerkstelligen. Hier die 3 häufigsten:

- First-Mover: Wir wollen die ersten sein. ‚The winner takes it all‘.
- Zuschauer: Es wird schon nicht so schlimm werden. Lass uns abwarten.
- Schlauer Zweiter: Unser Wettbewerber soll vorausgehen, wir beobachten und machen es dann später, wenn ihm die Luft ausgeht, besser.

So wie es aussieht, gibt KI dem First-Mover alle Trümpfe in die Hand. Natürlich muss dies sorgfältig abgeklärt, letztlich aber nach dem Versuchs-/Irrtum-Prinzip realisiert werden. In vielen Fällen wird es so sein, dass das Risiko, den frühen Versuch nicht zu wagen bedeutend grösser sein wird als das Risiko, ohne eine ausreichend gesicherte Informationslage eine KI-Strategie zu wagen. Wer wartet, bis eine bessere Informationslage erreicht sein wird, wird zu den Verlierern gehören.

Best Practices nutzen

In einer solchen Situation hat derjenige, der bereits etwas Erfahrung gemacht hat, viel mehr an Wissen und Erfahrung als jener, der noch keine Erfahrung hat. Die KI-Experten der St. Gallen Business School sind an vorderster Front beim Thema ‚KI und Management‘ haben bereits für Konzerne, Grossunternehmen und Mittelstandsfirmen KI-Projekte realisiert. Nutzen Sie diesen Wissensvorsprung: Die verallgemeinerungsfähigen, neutralisierten Erkenntnisse werden an diesem KI-Seminar vorgestellt und im Licht der Erfahrungen der Teilnehmenden intensiv diskutiert.

Laufendes Update der Themen

Da sich die Themen rund um KI in der Frühphase der Technologie ständig erweitern, behalten wir uns vor, auch diese Themenschwerpunkte jeweils im Sinne der Aktualität dieses Seminars zu aktualisieren.

KI als Game Changer

- Überblick über den aktuellen Stand der KI
- Beispiele, wie KI bestehende erfolgreiche Geschäftsmodelle vom Markt verdrängt
- Beispiele, wie KI bestehende Prozesse obsolet macht

- Beispiele, wie KI Produkte und Dienstleistungen verdrängt
- Beispiele, wie erprobte Systeme irrelevant werden
- Beispiele, wie Verkaufs- und Vertriebskanäle veralten
- Beispiele im Bereich Leadership und Führen
- Beispiele zum Datenmanagement und zur firmenspezifischen IT

KI revolutioniert die Unternehmensführung

KI hat heute bereits erkennbar einen grossen Einfluss auf die Unternehmensführung. Alles wird schneller, transparenter, weitblickender, datenbasierter, szenariobasierter, in mehreren Varianten zum Vergleich dargestellt, mit Klick nach einer gewissen Zeit oder beim Eintreffen gewisser Ereignisse ohne Aufwand auf den neuesten Stand gebracht.

Jedes Unternehmen sollte daher aktiv solche Beispiele suchen und abbilden. In zahlreichen Prozessen stecken riesige Rationalisierungs- und Effektivitätspotentiale. Der Wunsch nach ‚besser und billiger‘ wird realisierbar.

Die Suche nach KI-gestützter Unternehmensführung

Am KI-Seminar werden viele solcher Beispiele gezeigt und besprochen. Die Teilnehmenden haben Gelegenheit, eigene Ideen und KI-Anwendungsfelder in die Diskussion einzubringen. Als Raster dient das integrierte St. Galler Managementsystem der St. Gallen Business School. Damit wird der Nutzen von KI als Tool der Unternehmensführung in folgende Kategorien eingeteilt:

- KI-gestütztes Normatives Management
- KI-gestützte Strategische Unternehmensführung
- KI-gestützte Innovation mit neuen Geschäftsmodellen und Business Development
- KI-gestützte Organisations- und Prozess-Optimierung
- KI-gestützte Fähigkeits- und Talententwicklung
- KI-gestütztes Leadership
- KI-gestütztes Finanzielles Management
- KI-gestütztes Risikomanagement

CEO- & Geschäftsleitungs-Lehrgang

Durchführungen

2025

Nr. 14425	4. Durchführung 2025
1. Teil	17. – 20. November 2025, St. Gallen
2. Teil	15. – 18. Dezember 2025, Stuttgart

Nr. 14525	5. Durchführung 2025
1. Teil	17. – 20. November 2025, St. Gallen
2. Teil	23. – 26. Februar 2026, Davos

2026

Nr. 14126	1. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. März 2026, Davos
2. Teil	4. – 7. Mai 2026, Luzern

Nr. 14226	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, St. Gallen
2. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Rottach-Egern

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/14



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e14

Aufbau:

Dieses Programm unterstützt den Erfolg gesamtverantwortlicher Executives in den Themen Business Development und v.a. Finanzmanagement.

Zielgruppe (w/m)

1. CEO's, Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer:innen
2. Führungskräfte der oberen Ebenen, die sich auf eine C-Level-Position vorbereiten wollen

Konzept

Die Aufgaben eines CEO oder GL-Mitglieds sind höchst vielschichtig und komplex. Praxis und Wissenschaft versuchen, immer bessere, verfeinerte Instrumente und Erkenntnisse zu liefern. Diese in verdichteter und konzentrierter Form darzustellen und anhand zahlreicher Beispiele aus der Unternehmenspraxis zu vertiefen, ist das Konzept dieses aktuellen, anspruchsvollen Lehrgangs.

Themen

Die Zukunft des Unternehmens

- Die Verantwortung der obersten Führungskräfte für den nachhaltigen Erfolg der Unternehmung
- Die Definition von Erfolg: Customer Value, Shareholder Value, Verantwortung für Mitarbeitende, Gesellschaftlicher Nutzen oder ...?

Strategisches Management

- Gute Strategien sichern den Erfolg des Unternehmens?
- Was aber sind gute Strategien?
- Welche Weichen muss das oberste Management stellen?
- Instrumente, Methoden, Wirkung
- Best Practices: Die Erfahrung nutzen: Strategisches Management

Business Development

- Das Geschäft der Zukunft erkennen
- Neuen Kundennutzen für zukünftige Gewinn-, Wachstums- und Wertpotenziale bestimmen
- Die Möglichkeiten neuer Technologien für komplett neue Geschäftsmodelle nutzen
- Business Development als Investition in die Zukunft: Best Practices nutzen

Organizational Fitness

- Die Hochleistungsorganisation gestalten und auf die Zukunft ausrichten
- Wettbewerbsvorteile dank Agilität und Lean Management
- Vor- und Nachteile virtueller Strukturen und kleiner operierender Netzwerke

Controlling, Planung

- Finanzielle Tools für Geschäftsführer
- Bilanz- und Erfolgsrechnung beurteilen
- Planung und Budgetierung
- Strategisches Controlling

Ergebnisverbesserungsprogramme

- Das Gewinnpotenzial eines Geschäfts
- Die Hebel zur Ergebnisverbesserung
- Steigerung von Gewinn und Rendite
- Cashflow, Free Cashflow

Finanzierung

- Die optimale Finanzstruktur
- Value Chain Intelligence zur Optimierung des Kapitaleinsatzes
- Investitionsrechnungen für neue Geschäftsmodelle
- Businesspläne: Das fordern Top-Manager und Investoren

Wertsteigerung, Value Management

- Marktwert schaffen, EVA
- Strategien der Wertsteigerung
- Wertsteigerung dank Portfolio-Optimierung, Werte realisieren

Executive General Management

Das General Management Programm für CEO, Vorstände, Direktoren und Executives mit grosser Verantwortung

Durchführungen

2025

Nr. 19425 **4. Durchführung 2025**
17. – 20. November 2025
St. Gallen

2026

Nr. 19126 **1. Durchführung 2026**
16. – 19. März 2026
Davos

Nr. 19226 **2. Durchführung 2026**
22. – 25. Juni 2026
St. Gallen

Nr. 19326 **3. Durchführung 2026**
21. – 24. September 2026
Luzern

Nr. 19426 **4. Durchführung 2026**
16. – 19. November 2026
St. Gallen

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 5900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/19

Zielgruppe (w/m)

Dieses General Management Programm richtet sich an Führungskräfte mit grosser Verantwortung: An CEO's, Vorstände, Geschäftsführer:innen und Unternehmer:innen, die als Mitglieder der Geschäftsleitung für die strategische Führung einer oder mehrerer Unternehmen, Sparten, Divisionen, Geschäftsfelder oder wichtiger Funktionsbereiche zuständig sind. Es richtet sich auch an Persönlichkeiten aus dem Aufsichts- und Verwaltungsrat, die das Zusammenspiel mit dem Management weiter optimieren wollen.

Konzept

CEO, Vorstände sowie die Mitglieder der Geschäftsleitung und der C-Ebene führen die Gesamt-Organisation. Sie setzen Leitplanken, definieren oberste Werte und vereinbaren strategische Ziele. Sie bestimmen die Spielregeln, die Richtung, die Führungsprinzipien. Sie regeln das Ausmass an gewollter Handlungsautonomie und Selbstorganisation. Sie entscheiden über die zentrale Frage: «Was braucht es, um das Unternehmen wirkungsvoll zu führen?»

Erfolgreiche Unternehmen sind im Visier des Wettbewerbs. Je erfolgreicher,

desto wahrscheinlicher ist es, dass andere Unternehmen ein Stück des Kuchens für sich gewinnen wollen. Zu einer guten Strategie gehört es daher zu allererst, die eigenen Marktpositionen zu verteidigen und auszubauen. Gelingt dies, so stellt sich als nächstes die Frage, wie lange der Erfolg mit dem bestehenden Geschäftsmodell gesichert werden kann. Neue Technologien, Digitalisierung und disruptive Entwicklungen bedrohen selbst die erfolgreichsten Unternehmen. Wer hier nicht rechtzeitig in Business Development, neue Geschäftsmodelle und damit neue Strategien investiert, verliert zuerst das Geschäft und dann die Überlebensfähigkeit. Ein gutes Strategisches Management beschäftigt sich daher intensiv mit Trends, Szenarien, Kundenbedürfnissen und neuen Technologien.

Vielfältiger Wandel kann aber leicht zu einer Überforderung der gesamten Organisation führen: Zum einen der finanziellen Ressourcen: Wachstum, Innovation und neue Strategien erfordern Investitionen und kosten Geld. Ist der Investitionsstau gross, wird die Liquidität auch bei gesunden Unternehmen schnell strapaziert. Und meist viel wichtiger: Die Führungskräfte und Leistungsträger:innen des Unternehmens sind nicht nur gefordert, sondern überfordert. Es trifft immer die gleichen, die es zur Umsetzung der Projekte und Initiativen braucht. Zudem: Etablierte Unternehmen sind tendenziell wenig veränderungsfreudig, oft verändere-

rungsresistent. Da genügt es auch nicht, von oben die Umsetzung zu verlangen. Es braucht eine gekonnte Transformation, es braucht Umsetzungsstärke über mehrere Hierarchie-Ebenen, optimale Organisations-Strukturen und ein hohes Mass an Selbstorganisation und gewolltem Unternehmertum.

General Management Programm

Tag 1: Strategisches Management: Das Kerngeschäft weiter ausbauen.

Tag 2: Business Development: Das Geschäft der Zukunft. Neue Märkte schaffen.

Tag 3: Strategisches Leadership: Optimale Strukturen, starke Führung, wirkungsvolles Change Management

Tag 4: Finanzielle Entscheidungen heute: Programme für finanzielle Exzellenz.

In diesem Seminar lernen Sie, eine Unternehmung oder einen Teilbereich im Hinblick auf Veränderungen und Handlungsbedarf zu überprüfen. Sie lernen, die wesentlichen strategischen, Führungsmässigen und finanziellen Entscheidungen zu treffen.

St. Galler Executive Business School

Durchführungen

2025

Nr. 12525	5. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. November 2025, Stuttgart
2. Teil	15. – 18. Dez. 2025, Stuttgart
3. Teil	2. – 5. März 2026, Davos

2026

Nr. 12126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. Februar 2026, München
2. Teil	2. – 5. März 2026, Davos
3. Teil	4. – 7. Mai 2026, Luzern
Nr. 12226	2. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. März 2026, Luzern
2. Teil	4. – 7. Mai 2026, Luzern
3. Teil	22. – 25. Juni 2026, Rottach-Egern
Nr. 12326	3. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
2. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Rottach-Egern
3. Teil	9. – 12. November 2026, St. Gallen
Nr. 12426	4. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Stuttgart
2. Teil	2. – 5. Nov. 2026, St. Gallen
3. Teil	15. – 18. März 2027, Davos

Dauer: 4 + 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 11 900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/12

Zielgruppe (w/m)

In der 12-tägigen St. Galler Executive Business School (3x4 Tage) werden die wesentlichen Herausforderungen an die Managementaufgaben des Executive Managers/der Executive Managerin und alle bedeutenden Themen der Betriebswirtschaft umfassend dargestellt und trainiert.

1. Führungskräfte der obersten und oberen Führungsebene.
2. Unternehmer:innen, Geschäftsleitungsmitglieder, Vorstände, Direktor:innen, Geschäftsführer:innen.
3. Führungskräfte mit General Management Verantwortung.
4. Verantwortliche von bedeutenden Unternehmenseinheiten mit Ergebnisverantwortung.
5. Funktional tätige Führungskräfte, die sich auf Herausforderungen mit strategischer und operativer Verantwortung vorbereiten wollen.



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e12

Konzept

Welche Kraft entwickeln Visionen, die nicht in Form strategischer Ziele konkretisiert werden? Was nützen Strategien, die nicht umgesetzt werden können, weil sie nicht mit Unternehmenskultur oder Anreizsystemen abgestimmt sind? Wozu dienen Innovationskraft und Kreativität, wenn Vermarktungs-Fähigkeiten fehlen? Was bringt die Einführung eines Lean- und Innovationssystems, wenn Überkomplexität und träge Strukturen jede Eigeninitiative im Keim ersticken? Wohin führen Pioniergeist und Taten-drang, wenn die nötigsten Führungssysteme fehlen, um die Unternehmung steuern zu können?

Exzellente Führungsleistungen zu erbringen, heisst

- auf der Basis eines normativen Wertgefüges (Normatives Management) die Unternehmensentwicklung in die richtige Zukunft zu lenken (Strategisches Management).
- die bestehenden Potentiale in eine optimale Ertragskraft zu überführen (Finanzielle Führung).
- dank Leadership hohe Mitarbeiterleistung bei hoher Arbeitszufriedenheit zu erreichen (Human Resources Management).

Methodik

Dieser Top-Management-Lehrgang basiert auf dem St. Galler Management-Ansatz und den praxiserprobten Weiterentwicklungen zur ganzheitlichen, integrierten St. Galler Managementlehre. Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse der Managementlehre und -forschung fliessen dabei kontinuierlich ein.

Professionalität

Erfahrene Referenten, qualitativ hochstehende Unterlagen, interessantes, abwechslungsreiches Detailprogramm mit Best Practices aus der Praxis sowie persönliche Diskussion und individuelle Fragen.

Praxis- und Wissenschaftsbezug

Top-Dozenten mit einem reichhaltigen Erfahrungsschatz: Diese sind seit Jahren für renommierte Unternehmen als Berater, Trainer oder in obersten Funktionen in der Wirtschaft tätig.

Digitalisierung und KI

Auf Chancen und Risiken aufgrund zunehmender Digitalisierung und der Nutzung von KI wird ein besonderes Augenmerk gelegt.

Themen

Ganzheitlicher Management-Erfolg

- Das neue Management-Verständnis
- Die Produktivität der Führung
- Der St. Galler Management-Ansatz

Geschäftsmodelle für digitale Zeiten

- Evolutionäres Management: Strukturen und Prozesse als Spielregeln für neue Geschäfte
- Die Bildung autonomer Unternehmensbereiche für künftiges Wachstum in neuen Feldern

Strategisches Management

- Dank Visionen neue Wege gehen
- Neue Regeln im Wettbewerb: Industrie 4.0, Value Chain Intelligence, Netzwerke
- Strategieplanung mit economies of scale, scope, density, time
- Die optimale Betriebsgrösse
- Das Management der Kernkompetenzen und die Kunst, im Zeitwettbewerb zu gewinnen
- Strategien und Organisationsformen, welche die Gewinnschwelle tief halten
- Preisaggressive Strategien werden möglich dank Digitalisierung

KI Künstliche Intelligenz

- Künstliche Intelligenz für die Unternehmensführung nutzen
- Unternehmensführung mit KI: Praxisbeispiele

Strategisches Kundenmanagement

- Die wirklichen Treiber für Innovation, Wachstum und Business Development

Führung als Executive

- Das Führungsverhalten von Leadern: Was ist heute anders?
- Führungsverhalten in schwierigen Situationen
- Die Führungskraft als Coach
- Persönliche Führungskompetenz: Wege zu «Winning Spirit»

Executive Leadership

- Die Verantwortung des Executive Managements für die Qualität der Führung im Unternehmen
- Die Organisation auf gemeinsame Werte verpflichten
- Nachhaltigkeit im Unternehmen verankern
- Motivation und Leistung bewirken: Möglichkeiten und Vorgehen
- Die Möglichkeiten des Executive Managements wirkungsvoll nutzen

Finanzielle Führung

- Die finanzielle Gesamtverantwortung des Executive Managements
- Zusammenhänge zwischen Bilanz und Erfolgsrechnung erkennen
- Die wichtigsten Kennzahlen zu Rentabilität und Stabilität souverän beherrschen
- Der Cash Flow als wesentliche finanzielle Grösse: Anwendungsmöglichkeiten
- Finanzielle Eckwerte vorgeben und kontrollieren – Der Management-Erfolgsbericht
- Ableitung von operativen Jahresbudgets aus den strategischen Eckwerten
- Strategische Frühwarnkonzepte und griffige Controlling-Instrumente für Executives

Gewinnmanagement

- Die Instrumente zur nachhaltigen Ertragsverbesserung durch Bestimmung und Analyse der wichtigsten «Value- and Cost-Drivers»:
 1. Umsatzsteigerungspotentiale erkennen
 2. Kostensenkungsmanagement
 3. Deckungsbeitragssteigerung und Margenverbesserung
 4. Den Kapitaleinsatz optimieren

M&A, Sanierung, Management-Buy-out

- Bewertung unterschiedlicher Branchen und Unternehmen: Praxisbeispiele und neueste Erkenntnisse
- Konkurrenzanalysen dank richtiger Interpretation veröffentlichter Geschäftsberichte
- Kauf und Verkauf von Unternehmen
- Wachsen oder Ausschütten?
- Start-ups bewerten
- Sanieren oder Reissleine ziehen?



Dr. Lüder Tockenbürger
Dozent der St. Galler Business School

St. Galler Executive Leadership Programm

Durchführungen

2025

Nr. 10425	4. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. November 2025, St.Gallen
2. Teil	1. – 4. Dezember 2026, Luzern

Nr. 10525	5. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. November 2025, St.Gallen
2. Teil	2. – 5. Februar 2026, Luzern

2026

Nr. 10126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. März 2026, Davos
2. Teil	20. – 23. April 2026, Köln

Nr. 10226	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Rottach-Egern
2. Teil	7. – 10. September 2026, Berlin

Nr. 10326	3. Durchführung 2026
1. Teil	28. Sep. – 1. Okt. 2026, Luzern
2. Teil	14. – 17. Dezember 2026, Luzern

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/10

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte mit umfassender Ergebnisverantwortung
2. Geschäftsführer, Vorstände, Leitende grosser Bereiche, bedeutender Business Units
3. Bedeutende Leistungsträger des Unternehmens, die ihren Erfolg auf einer herausragenden Führungsleistung aufbauen und dazu die Gesetzmässigkeiten des Executive Leadership verinnerlichen wollen.

Konzept

Das St. Galler Executive Leadership Programm fokussiert auf die wirklich wichtigen Fragen der Führung aus Sicht des Executive Managements renommierter Unternehmen und Organisationen. Es eignet sich für erfolgreiche und erfahrene Führungspersönlichkeiten, die genau wissen, wie schwierig es ist, das was oben an Strategien und Konzepten gewollt ist auch in die Köpfe und Herzen der nachgelagerten Führungsebenen zu bringen. Nur wenn dies gelingt, kann das Gewollte auch erfolgreich umgesetzt werden.

Themen

Teil 1: Executive Leadership

Führungsspezifische Herausforderungen

- Was unterscheidet normale Führung von Executive Leadership?
- Mitarbeiter führen, das können Viele. Eine ganze Organisation führen nur Wenige.
- Was braucht es, um eine Unternehmung oder einen wichtigen Teilbereich in die gewollte Richtung zu führen?
- Gesetzmässigkeiten und Erfolgsfaktoren eines gekonnten Executive Leadership

Die Führungsrolle überprüfen

- Mit steigender Führungsverantwortung verändert sich die Führungsrolle
- Analyse der Wirkung als Führungspersönlichkeit
- Bekannte Handlungsspielräume für Führung
- Zusätzliche Handlungsspielräume des Executive Leadership
- Was soll Executive Leadership bewirken?

Aufgabenbereiche des Executive Leadership

- Richtung, Mission, Leitplanken und oberste Zielvorgaben im Unternehmen verankern
- Werte und Leitbild leben, das gewollte Verhalten auf allen Stufen Realität werden lassen
- Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens definieren und kommunizieren
- Konsequentes Denken und Handeln in Kundenorientierung und Kundennutzen als bedeutenden Teil der Identität weiterentwickeln
- Die Unternehmenskultur in die richtige, gewollte Richtung bewegen
- Führungsprinzipien wie Agilität, Dynamik, Resilienz, Selbstorganisation oder Unternehmertum und Startup-Mentalität als Wettbewerbsvorteil nutzen
- Bereitschaft zu Wandel, überdurchschnittlicher Produktivität und Leistungsbereitschaft bewirken
- Einen weitgehenden Konsens und ein Verständnis im Unternehmen herstellen, dass es eine überdurchschnittliche Profitabilität braucht, um in die gemeinsame Zukunft investieren zu können
- Der erklärte Wille, ein hervorragender Arbeitgeber zu sein und sich für



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch:** www.sgbs.com/e10

Themen

das Wohl der Mitarbeitenden überdurchschnittlich zu engagieren

- Das Optimum an zentraler Führung und dezentraler Autonomie herstellen
- Die nachhaltig leistungs- und motivationsfördernde Ausgestaltung des Anreizsystems: Was wird belohnt? Wie? Was wird sanktioniert? Wie?
- Förderung von Talenten, Nachwuchskräften, Fachkräften
- Sicherstellen des Managements der Zukunft durch vorausschauende Führungskräfte-entwicklung und hohe Arbeitgeberattraktivität
- Die bewusste Ausgestaltung der Fluktuation: Wer geht, wer bleibt? Ist und Soll.
- Die kontinuierliche Entwicklung der Leadership- und Führungs-Fähigkeiten auf allen Management-Ebenen des Unternehmens, vom obersten Management bis zu den Teamleiter:innen, Spezialist:innen und Projektverantwortlichen.

Das persönliche Leadership-Modell

Wie geht man vor, um die Prinzipien und Erfolgsmechanismen des Executive Leadership im eigenen Verantwortungsbereich noch intensiver als bisher anzuwenden? Wie erstellt man den eigenen Leadership-Masterplan? Anhand wel-

cher Überlegungen erfolgt eine sinnvolle Priorisierung?

Teil 2: Voraussetzungen schaffen

Einzigartige Führung

Erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich in den meisten Fällen dadurch aus, dass sie im Bereich der Führung ihre eigenen Wege gehen. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie nicht nur einzigartig in ihren Leistungen für Kunden sein wollen, sondern auch im Bereich der Führung nach einer Alleinstellung suchen. Diese soll:

- Mitarbeitende begeistern und für ehrgeizige Ziele motivieren
- Mitarbeitende befähigen und kontinuierlich weiterentwickeln
- Freude an gemeinsamen Resultaten spürbar werden lassen
- Vertrauen, Teamgeist, Zusammenarbeit, Empathie und Wertschätzung erlebbar machen

Hochleistungsorganisation

Letztlich geht es darum, die Ziele des Unternehmens und die Ziele der Mitarbeitenden so weit in Übereinstimmung zu bringen, dass daraus eine einzigartige Hochleistungsorganisation entsteht. Zusätzlich zu den bisher beschriebenen Themenfeldern braucht es

aber begleitende Voraussetzungen, die es zu schaffen gilt:

- Das Verständnis, dass durch Organisationsstrukturen Realitäten geschaffen werden, die das Funktionieren des Unternehmens massiv beeinflussen können, im Sinne der Zielerreichung positiv oder negativ
- Die Einsicht, dass es systembedingte Konflikte in jeder Organisation gibt, dass diese erkannt werden müssen und nur durch Verständnis für solche Situationen eine schleichende Eskalation der Konflikte vermieden werden kann
- Die Bereitschaft, bestehende Strukturen in Frage zu stellen und, wenn nötig, zu verändern
- Die Kunst, durch neue Strukturen und neue Spielregeln Barrieren für Leistung, Motivation und Erfolg abzubauen
- Das Wissen um die Bedeutung von Prozessen und die Fähigkeit, aktives, IT-, Kommunikations- und KI-unterstütztes Prozessmanagement als Wettbewerbsvorteil zu nutzen

Change Management

Die Führungsqualität eines Unternehmens kann noch so hoch und entwickelt sein, in einem Themenbereich ist man meist überfordert: In der Fähigkeit,

Wandel zu akzeptieren und proaktiv das Nötige zu tun, um sich besser und zeitgerechter als andere Unternehmen an den notwendigen Wandel anzupassen oder – noch schwieriger – ihn sogar selbst zu bewirken.

- Nur wenige Mitarbeitende lieben Wandel.
- Die meisten lieben das, was sie kennen.
- Unternehmen können ohne Anpassung nicht überleben, müssen sich wandeln.
- Daher: Wie umgehen mit dem Widerstand gegenüber Neuem?

Diese Fragen werden seit langem im Rahmen des 'Change Managements' untersucht. Wir zeigen den aktuellen Stand der Wissenschaft und Best Practices aus der Praxis: Was funktioniert, was funktioniert nicht.

Nach dem Besuch dieses hochkarätigen Programms werden Sie Vieles, was Sie immer schon so machen, bestätigt sehen. Sie werden aber auch voller neuen Ideen und Impulse zurück in Ihr Unternehmen kommen und sicher einige davon umsetzen, denn: Executive Leadership ist die grosse Chance, den Wirkungsgrad eines ganzen Unternehmens durch die richtige Gestaltung und durch richtige Eingriffe entscheidend zu verbessern.

St. Galler CEO- & Geschäftsführungs- Programm

Durchführungen

2025

Nr. 18425	4. Durchführung 2025
1. Teil	17. – 20. November 2025, St.Gallen
2. Teil	2. – 5. März 2026, Davos

2026

Nr. 18126	1. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. März 2026, Davos
2. Teil	22. – 25. Juni 2026, Rottach-Egern

Nr. 18226	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, St.Gallen
2. Teil	28. Sept. – 1. Okt. 2026, Luzern

Nr. 18326	3. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Luzern
2. Teil	9. – 12. Nov. 2026, St.Gallen

Nr. 18426	4. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. Nov. 2026, St.Gallen
2. Teil	15. – 18. März 2027, Davos

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 11 000.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/18

Zielgruppe (w/m)

1. Direktor:innen, Vorstände, Unternehmer:innen, Gesellschafter:innen, CEOs
2. General Manager:innen, Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer:innen
3. Führungskräfte der oberen Ebenen, die sich auf eine C-Level-Position vorbereiten wollen

Aufbau

Die Produktivität einer Führungskraft bemisst sich an den Resultaten. Der persönliche Einsatz soll das bestmögliche Resultat zum Wohle der Unternehmung und ihrer Anspruchsgruppen bringen. Vor allem zwei Aufgabenbereiche sind es, die über den Wirkungsgrad der Führung entscheiden:

- die Fähigkeit, dank guter Strategischer Führung die richtigen Weichen für die Zukunft zu stellen (Teil 1: Strategie, Business Development, Organisation, Finanzen; 4 Tage)
- die Fähigkeit, diese mit dem Managementteam und motivierten Mitarbeitenden erfolgreich umzusetzen. (Teil 2: Executive Leadership, 4 Tage)

Konzept

Führung ist in den letzten Jahren anspruchsvoller geworden. Ergebnisverantwortliche Führungskräfte sehen sich einem zunehmenden Erwartungsdruck und neuen Herausforderungen ausgesetzt:

- Geopolitische Umwälzungen, neue Abhängigkeiten, Probleme mit Lieferketten zwingen zum Umdenken in vielen Belangen.
- Digitalisierung, gesellschaftlicher Wandel und Marktturbulenzen bringen verstärkten, intensiven Wettbewerb.
- Wer im Preiswettbewerb bestehen will, braucht kompetitive Kostenstrukturen. Dies zwingt zu flachen Hierarchien, höchster Produktivität und zu einer optimalen Unternehmensgrösse. Letztere heisst das «Fusions- und Kooperationskarussell» an bzw. zwingt zur Konzentration auf rentable Geschäfte und vorhandene Kernkompetenzen.
- Investitionen in die Zukunft kosten Geld und schädigen kurzfristig die Ergebnisse.
- Veränderungen in den Rahmenbedingungen zwingen zu neuen Strategien und zu erhöhter Flexibilität
- Der Mangel an qualifizierten Fachkräften, aber auch die veränderten Einstellungen und Präferenzen zum Thema New Work benötigen neue Konzepte und ein neues Leadership

- Resultate werden durch Menschen erbracht. Das Ringen um die «besten» Köpfe und die brilliantesten Führungskräfte bringt jedoch rasch einmal die Personalkosten zum Explodieren.
- Die Qualität einer Führungskraft misst sich daher auch daran, wie gut es ihr gelingt, Nachwuchskräfte auszuwählen, zu fordern und zu fördern und so – in Zusammenarbeit mit der Personalentwicklung – exzellente Mitarbeiter:innen heranzubilden.

Themen im Überblick

- Antworten auf geopolitische Veränderungen
- Corporate Governance
- Strategie-Programm
- Organizational fitness
- Geschäftsprozesse optimieren
- Business Development
- Humanpotenziale zur Entfaltung bringen
- Intrapreneure schaffen
- Executive Leadership
- Neue Führungsansätze: Theorie, Best Practices und individuelle Erfahrungen

Themen

Führungskräfte in Executive-Funktion sind für eine ganzheitliche Erfolgssteuerung zuständig. Es braucht Werte, Nachhaltigkeit, Leadership und exzellente Resultate.

Corporate Governance

- Den eigenen Verantwortungsbereich steuern
- Leitplanken vorgeben
- Führungsinstrumente und Tools zur Steuerung
- Compliance Management

Strategie-Programm

- Den strategischen Handlungsbedarf erkennen
- Optionen generieren, bewerten und verabschieden
- Robuste Strategien entwickeln: Mit dem St. Galler Navigationssystem Masterpläne, Schlüsselprojekte und Massnahmenpläne initiieren

Business Development

- Die Gesetze erfolgreichen Innovations-Managements
- Neue Leistungen, Produkte und Markteintrittsstrategien durch Veränderung der Wertschöpfungskette
- Digitale Produkte und Plattformen

Organizational Fitness

- Ineffizienz in Strukturen erkennen
- Die Hochleistungsorganisation gestalten und auf die Zukunft ausrichten
- Wettbewerbsvorteile dank Agilität und Lean Management
- Vor- und Nachteile virtueller Strukturen und kleiner operierender Netzwerke

Geschäftsprozesse optimieren

- Schneller, besser, kostengünstiger: Die Optimierung der Geschäftsprozesse
- Neugestaltung der Wertschöpfungskette dank Digitalisierung

Humanpotenziale zur Entfaltung bringen

- Führen als Königsdisziplin eines CEOs: Was hat sich in der Führung geändert?
- Mitarbeiter auswählen, fordern, fördern, zum Erfolg führen
- Umgang mit Veränderungen
- Intrapreneure schaffen, Unternehmertum fördern

Executive Leadership

- Die persönliche Rolle als Leader
- Unterschiedliche Führungssituationen bedingen einen variablen Führungsstil
- Der Wirkungsgrad als Führungskraft
- Die Instrumente der ‚Führung von Führungskräften‘
- Den Gesamtwirkungsgrad der Führung im eigenen Management- und Mitarbeiterteam optimieren

Menschen für gemeinsame Erfolge begeistern

- Die Ausrichtung auf Mission, Werte und gemeinsame Ziele
- Die richtige Unternehmenskultur
- Bereitschaft für Wandel
- Engagement für hohen Nutzen für Kunden wie Gesellschaft
- Gelebte Führungsprinzipien

Hohe Motivation, hohe Leistung

- Die Eigenmotivation engagierter Mitarbeiter für gemeinsame Ziele nutzen

- Ideen, Initiativen und unternehmerischen Gestaltungswillen auf allen Ebenen finden, fördern und richtig kanalisieren
- Anreize bewusst gestalten und Leistung nachhaltig und wirkungsvoll belohnen

Engagement für Wandel

- Die Erkenntnisse und Erfahrungen zum Thema Wandel und Change Management
- Was es braucht, damit die Transformation eines Unternehmens wirklich gelingt
- Dank Leadership zur gewollten Kultur, zum nötigen Mindset, zum richtigen Mass an Agilität, zu mehr Resilienz

St. Galler General Management Programm – mit KI

Wie verändert Künstliche Intelligenz die Unternehmensführung?

Durchführungen

2025

Nr. AV1055	5. Durchführung 2025
1. Teil	8.–10. Dezember 2025, Zürich
2. Teil	2.–5. März 2026, Davos

2026

Nr. AV1016	1. Durchführung 2026
1. Teil	23.–25. März 2026, St.Gallen
2. Teil	22.–25. Juni 2026, Rottach-Egern
Nr. AV1026	2. Durchführung 2026
1. Teil	8.–10. Juni 2026, Frankfurt
2. Teil	28. Sep.–1. Okt. 2026, Luzern
Nr. AV1036	3. Durchführung 2026
1. Teil	28.–30. Sep. 2026, München
2. Teil	9.–12. November 2026, St.Gallen
Nr. AV1046	4. Durchführung 2026
1. Teil	30. Nov.–2. Dez. 2026, St.Gallen
2. Teil	15.–18. März 2027, Davos

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av10

Zielgruppe (w/m)

Das Programm richtet sich an

1. Executives mit Verantwortung für Unternehmen oder wichtigen Teilbereichen
2. Führungskräfte aus Geschäftsbereichen, Business Units und Funktionen
3. Spezialistinnen und Spezialisten mit zunehmender General Management Verantwortung
4. Verantwortliche für Profit-Centers oder bedeutende Projekte

Hoher Nutzen

- Teil 1:** General Management unter Einsatz von KI
Teil 2: Executive Leadership

Konzeption

Das Seminar vermittelt ein ganzheitliches Verständnis für modernes General Management in einer digitalisierten Welt.

Teil 1 legt den Fokus auf unternehmerisches Denken, ganzheitliche Unternehmensführung, Strategiearbeit und den gezielten Einsatz von KI als unerlässliches Instrument der Unternehmensführung.

Teil 2 richtet sich an Entscheidungsträger, die ihre persönliche Führungswirkung reflektieren und stärken wollen. Im Zentrum stehen dabei Executive Leadership, Überzeugungskraft und unternehmerische Verantwortung.

Praxisnahe Impulse, aktuelle Forschung und interaktive Methoden sorgen für nachhaltigen Lerntransfer. Das Format verbindet Management-Kompetenz mit Leadership-Exzellenz.

Für Führungskräfte, die ihr Unternehmen zukunftssicher gestalten wollen. Kompakt. Reflektiert. Wirksam.

Themen Teil 1

General Management und KI

- KI im normativen Management
- KI als Teil der Strategischen Unternehmensführung
- KI für Vertrieb, Marketing und Kundenmanagement
- KI für Agilität, Eigeninitiative, Kreativität, Handlungsautonomie
- KI zum Früherkennen von Risiken
- KI zur Optimierung der finanziellen Ergebnisse

Teilnehmerspezifische Themen

Die Entwicklung der KI und die Nutzungsmöglichkeiten der KI für die Unter-

nehmensführung verändern sich laufend. Wir passen daher die Themenschwerpunkte an die jeweiligen Entwicklungen an. Dabei richten wir uns nach den Themenwünschen der Teilnehmenden am Seminar. Dies kann dazu führen, dass zusätzliche Themen behandelt und andere eher in den Hintergrund gerückt werden. So kann das Seminar den grösstmöglichen Nutzen für alle bringen.

Themen Teil 2

Executive Leadership

- Unternehmen und Teilbereiche führen
- Führungskräfte führen
- Leaderqualitäten wirkungsvoll einsetzen
- Unternehmensziele in konkrete Umsetzungsprojekte überführen
- Change Management und Transformation
- Bereichsübergreifende Zusammenarbeit fördern
- Talententwicklung und Aufbau des Managements der Zukunft
- Kulturelles Leadership und Wertevorbild

St. Galler Geschäftsführer Programm

Durchführungen

2025

Nr. AV7745	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 11. Dezember 2025, St.Gallen
2. Teil	26. – 29. Januar 2026, Stuttgart
3. Teil	23. – 25. März 2026, Bregenz

2026

Nr. AV7716	1. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 18. März 2026, St.Gallen
2. Teil	27. – 30. April 2026, Stuttgart
3. Teil	29. Juni. – 1. Juli 2026, Bregenz
Nr. AV7726	2. Durchführung 2026
1. Teil	08. – 10. Juni 2026, St.Gallen
2. Teil	14. – 17. September 2026, Bregenz
3. Teil	5. – 7. Oktober 2026, St.Gallen
Nr. AV7736	3. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 23. Sep. 2026, St.Gallen
2. Teil	23. – 26. November 2026, St.Gallen
3. Teil	14. – 16. Dezember 2026, Berlin

Dauer: 3 + 4 + 3 Tage

Seminargebühr: CHF 13 900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av77



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/eav77

Zielgruppe (w/m)

Erfahrene Führungskräfte, die sich in Richtung Geschäftsführung, z. B. für eine Tochterfirma oder einen Teilbereich des Unternehmens, entwickeln wollen oder bereits eine solche Position innehaben.

Konzept

Die Aufgabe einer Geschäftsführerin resp. eines Geschäftsführers ist es, die Organisation heute optimal zu führen und gleichzeitig jene Initiativen und Programme zu lancieren, die für eine erfolgreiche Zukunftsbewältigung wichtig sind.



Aufbau

Teil 1: Resultatorientiertes Management. Der St. Galler Ansatz.

Teil 2: General Management. Zusammenhänge und Gesetzmässigkeiten der erfolgreichen Unternehmensführung.

Teil 3: Leadership: Erfolg dank Führung.

Themen

Resultatorientiertes Management

- Die Zusammenhänge der ganzheitlichen Unternehmensführung
- Resultate erbringen: Welche? Der nachhaltige St. Galler Ansatz.

Weitermachen wie bisher?

- Die eigenen Stärken kennen
- Das Geschäft ausbauen
- Die Grenzen des Wachstums

Handlungsbedarf erkennen

- Disruptive Entwicklungen
- Veränderte Rahmenbedingungen
- Neue Konkurrenz ernst nehmen

Wachstum: Business Development

- Neue Wachstumsfelder aktiv suchen
- Wachstum durch Schaffen neuer Märkte
- Technologie und Kundenprobleme als Treiber
- Neue Geschäftsmodelle entwickeln
- Digitalisierung für neue Geschäftsmodelle nutzen

Aufbau neuer Geschäfte

- Die branchentypische Flop-Rate
- Die benötigte Zeitachse: länger, als geplant
- Der Ressourceneinsatz

- Flexibilität: Was am Ende dabei herauskommt, ist meist anders und mutiert mit der Erfahrung
- Der lange Atem: Wie finanzieren?

Struktur- & Prozessmanagement

- Neugestaltung der Geschäftsmodelle
- Strukturgestaltung und Fähigkeitsentwicklung
- Neue Geschäftsfeldgliederung?

Finanzmanagement

- Finanzielle Resultate erreichen
- Wie Denken in Profitabilität und Rentabilität verankern?

Change Management und Implementierung

- Die Organisation auf gravierende Veränderungen vorbereiten
- Die strukturelle Verankerung
- Das Einfordern von Unterstützung für Wandel
- Widerstand gegenüber Neuem: Die Aufgabe des Change Managements
- Mitarbeiter einbeziehen

Leadership

- Leadership entwickeln und fördern
- Die Führungswirkung verstärken
- Sozialkompetenz als Schlüsselfaktor

St. Galler CEO- & Geschäftsführer- Programm für KMU und Mittelstand

Durchführungen

2025

Nr. KMU2045	4. Durchführung 2025
1. Teil	17. – 20. Nov. 2025, St.Gallen
2. Teil	2. – 5. März 2026, Davos
3. Teil	2. – 3. Juli 2026, St.Gallen

2026

Nr. KMU2016	1. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. März 2026, Davos
2. Teil	4. – 7. Mai 2026, Luzern
3. Teil	2. – 3. Juli 2026, St.Gallen
Nr. KMU2026	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, St.Gallen
2. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Rott.-Eggen
3. Teil	5. – 6. Nov. 2026, St.Gallen
Nr. KMU2036	3. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 24. September 2026, Luzern
2. Teil	14. – 17. Dez. 2026, Stuttgart
3. Teil	23. – 24. Februar 2027, St.Gallen
Nr. KMU2046	4. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. Nov. 2026, St.Gallen
2. Teil	14. – 17. Dez. 2026, Stuttgart
3. Teil	23. – 24. Februar 2027, St.Gallen

Dauer: 4 + 4 + 2 Tage

Seminargebühr*: CHF 12000.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/kmu20

Zielgruppe (w/m)

Das Seminar richtet sich an Unternehmer:innen, CEO's, Vorstände und Geschäftsführer:innen aus KMU, Mittelstand und Familienunternehmen.

Konzept

Unternehmer:in, CEO und Mitglieder der Geschäftsleitung eines KMU und mittelständischen Unternehmens sind besonders gefordert: Sie setzen Leitplanken, definieren oberste Werte und geben strategische Ziele vor. Sie bestimmen die Spielregeln und strategischen Leitplanken.

So können Sie Führungskräfte und Mitarbeitende für notwendige Veränderungen und Programme gewinnen und damit die gesamte Unternehmung auf ehrgeizige Resultate auszurichten

Teil 1: Strategie und Struktur. 4 Tage.

Teil 2: Finanzielle Ziele erreichen. 4 Tage.

Teil 3: Workshop mit Vertiefung und Fokus Familienunternehmen. 2 Tage.

Themen

Strategische Steuerung des Unternehmens

Strategisches Management: Zukunft sichern

Business Mission

Die Bestimmung von Identität und oberster Zwecksetzung

Wertvorstellungen und Werte

Welche Werte sollen im Unternehmen gelten?

Eignerstrategie

Die Antriebskräfte der Eigner

Unternehmens-Kultur

Bewusstes Kultur-Management

Unternehmensstruktur

Die Struktur als eine der zentralen Eingriffsmöglichkeiten in das Funktionieren und die Entwicklung eines Unternehmens

Autonomie und Handlungsspielraum

Dezentralisation oder Zentralisation? Das richtige Mass an Selbstorganisation und Autonomie

Aufbau der Unternehmensstrategie

Bestandteile einer professionell aufgebauten Unternehmensstrategie. Die Erkenntnisse der Strategielehre

Strategische Zielvorgaben

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

Finanzmanagement

Die finanzielle Führung im Überblick. Finanzielle Entscheidungen zur Unternehmensführung

Kapitalbedarf, Finanzierung

Investition und Desinvestition. Kapitaleinsatz reduzieren und Investitionen optimieren

Finanzielle Ergebnisse erreichen

- Die wichtigsten Gewinn-Kennzahlen
- Cash flow als Rohstoff einer gesunden Zukunftsentwicklung
- Die wichtigsten Kennzahlen zu Liquidität, Profitabilität, Rentabilität

Workshop Familienunternehmen

Teile 1 und 2 werden gemeinsam mit CEO's und Executive Verantwortliche aus Grossunternehmen besucht. In Teil 3 erfolgt, in einer Kleingruppe, der Fokus auf KMU's und Familienunternehmen. Ziel: Die besonderen Stärken der Familienunternehmung zu nutzen.

St. Galler Top Management & Leadership Programm

Durchführungen

2025

Nr. AV8245	4. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. November 2025, Stuttgart
2. Teil	8. – 11. Dezember 2025, St. Gallen
3. Teil	2. – 5. März 2026, Davos

2026

Nr. AV8126	1. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 18. März 2026, St. Gallen
2. Teil	22. – 25. Juni 2026, St. Gallen
3. Teil	28. Sep. – 1. Okt. 2026, Luzern

Nr. AV8226	2. Durchführung 2026
1. Teil	8. – 10. Juni 2026, St. Gallen
2. Teil	21. – 24. September 2026, Luzern
3. Teil	9. – 12. November 2026, St. Gallen

Nr. AV8326	3. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 23. Sep. 2026, St. Gallen
2. Teil	16. – 19. Nov. 2026, St. Gallen
3. Teil	15. – 18. März 2027, Davos

Nr. AV8426	4. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 25. November 2026, St. Gallen
2. Teil	1. – 4. März 2027, Davos
3. Teil	15. – 18. März 2027, Davos

Dauer: 3 + 4 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 14 900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av82

Zielgruppe (w/m)

Teilnehmende an diesem hochkarätigen und praxisnahen Programm sind

- Oberste und obere Führungskräfte sowie Geamtverantwortliche für das Unternehmen oder wichtige Teile
- Executive Verantwortliche für die Führung einer Unternehmung, Tochtergesellschaft, eines Geschäftsbereichs, einer Business Unit oder eines gewichtigen Funktionsbereichs

Konzept

Dieses Programm bietet Wissen zum Thema wirkungsvolle Unternehmensführung. Es trennt Spreu vom Weizen. Irrlehren von den bewährten Konzepten. Und hilft Ihnen, vieles Unnötige über Bord zu werfen und sich auf die zentralen Erfolgstreiber zu fokussieren.

Teil 1: 3-tägiges Seminar zu ganzheitlichem Management und den normativen Vorgaben, Purpose, Mission, Vision, Werten, Nachhaltigkeit, Reputation und Führungsprinzipien

Teil 2: 4-tägiges Executive Seminar zu Strategie, Positionierung des Unternehmens im Wettbewerb und zum Schaffen neuer Märkte und Wachstumspotenziale

Teil 3: 4-tägiges Executive Leadership Seminar: Lenkungs- und Umsetzungsstärke dank engagierten und motivierten Mitarbeitern

Themen

Höchste Ansprüche an die Führung

Erfolgreiche Führung ist anspruchsvoller geworden. Was braucht es für Kompetenzen, um eine Organisation auf Erfolgskurs halten zu können?

Strategien für eine ungewisse Zukunft

Dies verändert die Logik des Strategischen Managements, die anzuwendenden Methoden, die Art, wie Strategien erarbeitet und rollend überarbeitet werden.

Dank Schnelligkeit gewinnen

Veränderungen bieten meist grosse Chancen. Aber nur für jene, die sich schnell und flexibel anpassen können. Nur wenn alle zusammenspannen – Eigentümer, Aufsichtsrat, Management, Arbeitnehmervertreter und vor allem die betroffenen Mitarbeiter – können Veränderungen als Chance genutzt werden.

Stärke in der Positionierung

Erfolgreiche Firmen sind einzigartig. Der Vorsprung oder Abstand zur Kon-

kurrenz muss immer wieder von Neuem erarbeitet werden.

Gesamtwirkungsgrad optimieren

Als Executive Manager ist man gefordert, den Wirkungsgrad einer grösseren Anzahl von Mitarbeitern zu optimieren. Mit welchem Führungsstil kann man eine grössere Gruppe von Menschen dynamisieren und zu erstklassigen Resultaten bringen?

Begeisterung für Leistung

Die einen machen Dienst nach Vorschrift – die anderen verstehen Ihren Job als ihr liebstes Hobby und engagieren sich, ohne motiviert werden zu müssen. Was macht den Unterschied?

Führen als Executive

Keine Führungskraft führt genau wie die andere. Zu unterschiedlich sind die Persönlichkeiten der handelnden Personen, zu unterschiedlich die Aufgaben und Situationen, zu verschieden die anvisierten Resultate. Eines aber bleibt: Führung muss authentisch und berechenbar sein. Mitarbeiter haben klare Erwartungen an die Führungsqualitäten ihrer Vorgesetzten. Viele können erfüllt werden. Andere nicht, da sich Interessen der Mitarbeiter und Interessen der Firma nicht decken. Es sind vor allem diese Interessensgegensätze, die zu Konflikten, Verstimmungen und Frustrationen führen. Und genau hier zeigt sich die Stärke des Executive Leadership.

KI & Digital Strategie Programm

Neues Wissen, Best Practices, Erfahrungsaustausch und Networking.

Durchführungen

2025

- Nr. AV1255 **5. Durchführung 2025**
 1. Teil 8.–10. Dezember 2025, Zürich
 2. Teil 23.–25. Februar 2026, Davos

2026

- Nr. AV1216 **1. Durchführung 2026**
 1. Teil 23.–25. Februar 2026, Davos
 2. Teil 23.–25. März 2026, St.Gallen

- Nr. AV1226 **2. Durchführung 2026**
 1. Teil 23.–25. März 2026, St.Gallen
 2. Teil 22.–24. April 2026, München

- Nr. AV1236 **3. Durchführung 2026**
 1. Teil 08.–10. Juni 2026, Frankfurt
 2. Teil 26.–28. August 2026, St.Gallen

- Nr. AV1246 **4. Durchführung 2026**
 1. Teil 28.–30. Sep. 2026, München
 2. Teil 11.–13. November 2026, Stuttgart

- Nr. AV1256 **5. Durchführung 2026**
 1. Teil 30. Nov.–2. Dez. 2026, St.Gallen
 2. Teil 21.–23. April 2027, Berlin

Dauer: 3 + 3 Tage

Seminargebühr: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av12

Zielgruppe (w/m)

Executives und Führungskräfte, die für die wirkungsvolle Nutzung von KI und für Digitalisierungsaufgaben verantwortlich sind.

Konzept

Ziel dieses Programms ist es, die Konsequenzen der Digitalisierung auf die Wettbewerbsposition eines Unternehmens aufzuzeigen (Teil 1). Zudem sollen die Erkenntnisse dann im Rahmen des eigenen Strategischen Managements verwertet werden (Teil 2).

Das St. Gallen Digital Strategy Programm zeigt in Teil 1, wie die mit der Digitalisierung verbundenen Chancen und Herausforderungen aus Unternehmenssicht analysiert und bestmöglich hinterfragt werden.

Hat man ein digitales Szenario für das eigene Unternehmen oder den eigenen Verantwortungsbereich erstellt, müssen meist die relevanten Strategien angepasst werden. Es braucht es eine digitale Anreicherung der Unternehmensstrategie, der Geschäftsstrategien, einiger funktionaler Strategien. Nicht selten aber braucht es auch ganz neue Geschäftsmodelle. (Teil 2)

Themen

Teil 1: Strategisches Management mit künstlicher Intelligenz

KI und strategische Unternehmensführung

- Künstliche Intelligenz als unverzichtbares Element der Unternehmensführung
- Erste Erfahrungen in konkreten Strategieprojekten zeigen enorme Vorteile

KI für Strategische Analysen

- Wie vorgehen, um das vorhandene ‚Welt-Wissen‘ für die eigene strategische Analyse zu nutzen?
- Wie vorgehen, um den strategischen Handlungsbedarf prägnant herauszuarbeiten?

KI für Strategie-Optionen und Strategieformulierung

- Kreative mögliche Wege in eine erfolgreiche Zukunft mit KI entwickeln
- Strategische Optionen bewerten
- Bestmögliche Strategien finden

Teil 2: Digitale Strategie

Digitalisierung als Chance verstehen

- Die Anpassungsfähigkeit an neue Technologien
- Abenteuerlust für moderne Geschäftsmodelle entwickeln
- Konsequenzen disruptiver Technologien auf das bestehende Geschäft

Mit digitalen Geschäftsmodellen zu neuem Erfolg

- Wie etablierte Unternehmen dank Digitaler Transformation neues Wachstum bewirken und neue Märkte und grosse Gewinn- und Wert-Potenziale schaffen

Strategische Konsequenzen

- Neue Digitale Strategien entwickeln oder bestehende Strategien digital anreichern?
- Digitales Marketing, digitaler Vertrieb: Neue Möglichkeiten für Kundenbetreuung, Kundenpotenzial-Nutzung und Neukundenakquisition
- Was kostet die digitale Transformation?
- Wie verändert sie die relevanten Finanz-Kennzahlen?

Weitere Themen

- KI für Risikoanalysen
- KI für Umsetzungsprogramme nutzen
- Ängste ernst nehmen, Schulung
- Governance-Probleme mit KI
- Grenzen der KI im Strategieprozess beachten

Digital Leadership

- Anforderungen an die neue Führung
- Führungs- und Steuerungsinstrumente für den digitalen Wandel

KI-unterstützte Technologie- & Innovationsstrategie

Die Transformation vom Heute in die gewollte Zukunft.

Durchführungen

2025

Nr. AV4025 **2. Durchführung 2025**
4. – 7. November 2025, Stuttgart

2026

Nr. AV4016 **1. Durchführung 2026**
22. – 24. April 2026, München

Nr. AV4026 **2. Durchführung 2026**
26. – 28. August 2026, St.Gallen

Nr. AV4036 **3. Durchführung 2026**
11. – 13. Nov. 2026, Stuttgart

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av40

Zielgruppe (w/m)

1. Oberstes und oberes Management
2. Executives mit Ergebnisverantwortung

Konzeption

Neue Technologien verändern die Wettbewerbsposition des Unternehmens und seiner Geschäfte. Wie wird ein unternehmens- und branchenspezifisches Trendradar erstellt und wie wird dieses dann für die Erarbeitung der Innovations- und Wettbewerbsstrategie genutzt? Was kann künstliche Intelligenz (KI) dabei leisten?

Themen

Digitale Transformation als Chance nutzen

- Digitale Transformation und Nachhaltigkeit
- Die Welt im Wandel

Trendradar und Technologie-Sensitivität

- Wie setzt man einen geschäftsspezifischen Trendradar auf und koppelt ihn an den Innovationsprozess?
- Wie werden KI unterstützte Tools genutzt und welche Rolle spielen Expertennetzwerke?
- Technology Readiness Check und Technologielebenszyklus

Technologie getriebene Innovation

- Was kennzeichnet die passenden Innovations- und Technologiestrategien?
- Kulturgetriebene Innovation versus Prozessoptimierte Innovation
- Was ist der Mehrwert von Szenarien und Foresight für die Entwicklung einer robusten Innovationsstrategie?

Künstliche Intelligenz und Innovationsmanagement

- KI ist mehr als ChatGPT: Die Möglichkeiten der deskriptiven und generativen KI. Die Bedeutung von Daten, Algorithmen, Prompting, Trainings und Deep Learning.
- AI für das Strategische Management nutzen: Die KI-Strategie im Rahmen der Unternehmens- und Digitalstrategie.

Technologie und Innovationsstrategie

- Die Basisannahmen aus der Technologie-Vorhersage: Ausgangslage und Handlungsbedarf für die Erarbeitung der Innovationsstrategie
- Unterschiedliche Innovationsstrategien: Welche Option eignet sich für welche strategische Ausgangslage?
- Die bestmögliche Innovationsstrategie bestimmen

Künstliche Intelligenz für neue Wettbewerbsvorteile nutzen

- Wettbewerbsposition sichern und ausbauen: Künstliche Intelligenz als Treiber der Produktivität, Rentabilität und Mehrwerte gegenüber Kunden, Mitarbeitern und weiteren Stakeholdern
- Business Development: KI-basierte Geschäftsideen finden, bewerten und umsetzen. Neue Erlösmodelle in der Service-, Daten- und Plattform-Ökonomie dank KI.

Chancen für Leadership, Führungseffektivität und Kundenmanagement

- Leadership und Führungseffektivität: Die Rolle des Top Managements in der KI. Führen mit und ohne KI. Warum Agilität und Ambidextrie noch wichtiger wird.
- Talentmanagement und Führungskräfteentwicklung: Neue Möglichkeiten und Rollen dank KI. Welche Fach- und Sozialkompetenzen in Zukunft den Unterschied zum Wettbewerb ausmachen.
- Marketingstrategien: Kundengruppen mit KI identifizieren, begeistern, binden und ausschöpfen. Kampf um die Berührungspunkte und die Kundenreise. Blaue Ozeane dank KI besetzen.

Weiterbildung Künstliche Intelligenz im Management

Durchführungen

2025

Nr. AV6515	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 10. Dezember 2025, Zürich
2. Teil	6. – 8. Juli 2026, Frankfurt

2026

Nr. AV6516	1. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 25. März 2026, St.Gallen
2. Teil	6. – 8. Juli 2026, Frankfurt

Nr. AV6526	2. Durchführung 2026
1. Teil	8. – 10. Juni 2026, Frankfurt
2. Teil	6. – 8. Juli 2026, Frankfurt

Nr. AV6536	3. Durchführung 2026
1. Teil	28. – 30. Sep. 2026, München
2. Teil	30. Nov. – 2. Dez. 2026, St.Gallen

Nr. AV6546	4. Durchführung 2026
1. Teil	30. Nov. – 2. Dez. 2026, St.Gallen
2. Teil	22. – 24. Februar 2027, Frankfurt

Dauer: 3 + 3 Tage

Seminargebühr: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av65

Zielgruppe (w/m)

Weiterbildung Künstliche Intelligenz richtet sich an Mitglieder der Geschäftsleitung, Chief Officers (CEO, CMO, CDO, etc.) Bereichsverantwortliche, Strategieverantwortliche sowie an erfahrene Führungskräfte mit Interesse an einer hochwertigen KI Weiterbildung. Angesprochen sind Persönlichkeiten, die Verantwortung für Transformation, Wachstum und Innovation tragen – und dabei KI als entscheidenden Hebel für unternehmerischen Erfolg verstehen.

Konzept

Wie Führungskräfte die Potenziale von KI für Unternehmensführung, Strategie, Marketing, Business Development und Leadership nutzen. Die Weiterbildung Künstliche Intelligenz im Management als Inspiration für die Anwendung der KI in einer frühen Phase der technologischen Entwicklung.

Nutzen

Weiterbildung Künstliche Intelligenz vermittelt topaktuelles Wissen zum strategischen und operativen Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) und Generativer KI (GenAI) in Schlüsselbereichen der Unternehmensführung. Sie lernen, wie KI Entscheidungsprozesse im Top-Management

unterstützt, wie GenAI neue Impulse für Strategieentwicklung liefert und wie Marketing durch intelligente Datenverarbeitung präziser und kundenorientierter wird. Im Business Development eröffnet KI neue Wachstumspotenziale, von Marktanalysen bis hin zur Produktinnovation. In der Führungspraxis hilft sie, Teams effektiver zu steuern, Ressourcen gezielter einzusetzen und Veränderungen souverän zu managen. Diese KI Weiterbildung macht Sie mit den wichtigsten Technologien vertraut, zeigt praxisnahe Anwendungsfälle und bietet Ihnen Werkzeuge zur Umsetzung im eigenen Unternehmen.

Themen

General Management

- Überblick über aktuelle Entwicklungen in KI und GenAI mit Fokus auf Relevanz für das Top-Management
- Nutzung von KI zur Effizienzsteigerung in Steuerung, Kontrolle und Entscheidungsfindung
- Governance, Ethik und Risiken im KI-Einsatz: was Führungskräfte wissen und beachten müssen

Strategie

- Wie KI und GenAI strategische Analysen, Szenarien und Entscheidungsprozesse verbessern
- Frühzeitiges Erkennen von Marktveränderungen und Technologietrends

durch KI-gestützte Datenmodelle

- Entwicklung KI-basierter Geschäftsmodelle und deren Integration in die Unternehmensstrategie

Marketingstrategie

- Einsatz von GenAI zur Personalisierung und Automatisierung in der Kundenansprache
- Predictive Analytics für präzisere Markt- und Zielgruppensegmentierung
- Von der Markenpositionierung bis zur Kampagnenoptimierung – KI als kreativer und analytischer Sparringspartner

Business Development

- Identifikation neuer Geschäftschancen durch datengetriebene Marktbeobachtung
- Nutzung von GenAI zur Beschleunigung von Innovationsprozessen
- Aufbau intelligenter, skalierbarer Prozesse für nachhaltiges Wachstum

Leadership & Führung

- Wie KI die Führungsarbeit unterstützt: von der Teamkommunikation bis zur Ressourcenplanung
- Veränderungsmanagement im Zeitalter der KI – wie Sie Mitarbeitende mitnehmen und begeistern
- Entwicklung einer zukunftsorientierten Führungskultur mit KI-Kompetenz als zentralem Erfolgsfaktor

St. Galler Unternehmensführungs-Programm

Weiterbildung Unternehmensführung für Executives und Führungskräfte

Durchführungen

2025

Nr. 02425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 11. Dezember 2025, St. Gallen
2. Teil	2. – 5. Februar 2026, Starnberg
3. Teil	2. – 5. März 2026, Davos

2026

Nr. 02126	1. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 18. März 2026, St. Gallen
2. Teil	22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
3. Teil	28. Sep. – 1. Okt. 2026, Luzern

Nr. 02226	2. Durchführung 2026
1. Teil	8. – 10. Juni 2026, St. Gallen
2. Teil	22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
3. Teil	28. Sep. – 1. Okt. 2026, Luzern

Nr. 02326	3. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 23. Sep. 2026, St. Gallen
2. Teil	2. – 5. November 2026, Berlin
3. Teil	15. – 18. März 2027, Davos

Nr. 02426	4. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 25. Nov. 2026, St. Gallen
2. Teil	14. – 17. Dezember 2026, St. Gallen
3. Teil	15. – 18. März 2027, Davos

Dauer: 3 + 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 12 900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch im Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Das Programm kann auch in anderer Reihenfolge der Teile gebucht werden.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/02

Zielgruppe (w/m)

1. Executives mit grosser Verantwortung für Unternehmen, Unternehmensteile oder Unternehmensbereiche
2. Führungskräfte, die sich auf eine solche Positionen vorbereiten wollen

Konzept

Als Führungskraft mit grosser Verantwortung bewegt man sich in dünner Luft: Die Vielfalt der Themen, der ständige Wandel, die hohe Komplexität und die auf dieser Ebene oft divergierenden Ziele und Interessen machen die eigene Managementaufgabe zu einem sehr anspruchsvollen Engagement.

Aufbau

Teil 1: Leitlinien und Zielkorridor

Oberste Vorgaben, Werte und Ziele im Management und bei den Mitarbeitenden verankern.

Teil 2: Strategisches Management

Dank guter Strategie das Unternehmen und seine Geschäftseinheiten in die richtige Richtung lenken. Dynamik dank Struktur, Fähigkeit für Wandel.

Teil 3: Executive Leadership

Die Gestaltung von Führungsprinzipien, Führungskultur, Führungspersönlichkeit.

Themen

Teil 1: Leitlinien und Zielkorridor

- Vom Unternehmenszweck zur Vision, von der Vision zum Strategischen Korridor und den obersten Zielvorgaben der Unternehmensleitung an das Management
- Von Werten, Führungsphilosophie und Führungsprinzipien zur gewollten Kultur und zum erwarteten Führungsverhalten
- Wohin soll das Unternehmen in Zukunft gelenkt werden?
- Wie können diese obersten Leitplanken im eigenen Führungs- und Verantwortungsbereich umgesetzt werden?

Teil 2: Strategisches Management

- Die Unternehmung in die bestmögliche Zukunft führen
- Die Strategie erarbeiten
- Marktpositionen verteidigen und ausbauen
- Disruption, Technologie-Durchbruch und Gefahren für das Kerngeschäft

- Business Development: neue Geschäfte aufbauen, Märkte schaffen
- Die grossen Herausforderungen meistern
- Exzellente Resultate bewirken

Teil 3: Executive Leadership

- Management und Mitarbeitende auf Mission und Ziele ausrichten
- Wandel und nötige Transformation erfolgreich bewirken
- Die gewollte Unternehmenskultur
- Die richtigen Anreizmodelle
- Verantwortungsbewusst mit Macht umgehen
- Sinnvoll belohnen und sanktionieren
- Dynamik und Agilität durch Umorganisation und Neugestaltung von Führungsprinzipien
- Ein begehrter Arbeitgeber sein
- Reputation erreichen und erhalten
- Hochleistungsorganisation mit hoher operativer Exzellenz
- Aktionäre, Kunden, Mitarbeitende und Anspruchsgruppen begeistern
- Nachhaltigkeit im Unternehmen verankern

Effective Management Programm

Ganzheitlich führen, wirkungsvoll umsetzen.

Durchführungen

2025

Nr. 13525	5. Durchführung 2025
1. Teil	6.–9. Oktober 2025, Horn
2. Teil	1.–4. Dezember 2025, Luzern

2026

Nr. 13126	1. Durchführung 2026
1. Teil	26.–29. Januar 2026, Stuttgart
2. Teil	20.–23. April 2026, Köln

Nr. 13226	2. Durchführung 2026
1. Teil	27.–30. April 2026, Stuttgart
2. Teil	29. Juni.–2. Juli 2026, Brunnen

Nr. 13326	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Juni.–2. Juli 2026, Davos
2. Teil	7.–10. September 2026, Berlin

Nr. 13426	4. Durchführung 2026
1. Teil	14.–17. September 2026, Bregenz
2. Teil	5.–8. Oktober 2026, Stuttgart

Nr. 13526	5. Durchführung 2026
1. Teil	23.–26. November 2026, St.Gallen
2. Teil	14.–17. Dezember 2026, Luzern

Nr. 13626	6. Durchführung 2026
1. Teil	23.–26. Nov. 2026, St.Gallen
2. Teil	1.–4. Februar 2027, Köln

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/13

Zielgruppe (w/m)

1. Geschäftsführer:innen, Unternehmer:innen, Direktoren.
2. Verantwortliche für Geschäftsbereiche, Business Units und bedeutende Profit Centers
3. Führungskräfte mit Erfahrung, aus wichtigen Bereichen
4. Leitende aus bedeutenden zentralen Funktionen
5. Leistungsträger mit umfassender Verantwortung für grosse Projekte mit hohem Investitionsbedarf und unternehmerischem Ergebnis

Konzept

In allen Branchen stehen immer diejenigen Unternehmen an der Spitze, die es am besten verstehen, Wissen konsequent in Ergebnisse zu überführen.

Nur wer sich regelmässig damit befasst, wie die besseren Entscheidungen rascher gefällt, wie ehrgeizige Konzepte verwirklicht, wie schwierige, unerwartete Situationen gemeistert werden, ist auch unter realen anspruchsvollen Rahmenbedingungen in einem sich rasch wandelnden immer digitaleren Umfeld überdurchschnittlich erfolgreich.

Themen

General Management

- Das Wirkungsgefüge des ganzheitlichen Managements
- Aufbau eines General Management-Kompasses als Navigationshilfe
- Technologieschub und Digitalisierung: Worauf ist zu achten?

Strategiearbeit für das Geschäft von morgen

- Der Weg zur einfachen und klaren Strategie: Das Phasenkonzept, um Leitplanken zu entwickeln, strategisch relevante Themen auszuwählen, Optionen auszuloten und die Weichen richtig zu stellen
- Neue Märkte und neue Geschäftspotenziale erkennen und nutzen

Einziger Kundennutzen

- Kundennutzen-fokussierte Strategien
- Wettbewerbs-Positionierung
- Die marktseitigen Treiber für überdurchschnittliche Rentabilität

Ergebnisverbesserungs-Programme

- Die entscheidenden Hebel zur Prüfung und raschen Optimierung der Ertragskraft

Die eigene Führungsleistung ausloten

- Erkennen der Schwachstellen in der Führung und Kommunikation

- Führen nach «oben» und «unten»

Finanzielle Führung

- Die finanzielle Führungsaufgabe – Auswertungen des Controllings richtig nutzen

Erfolgsversprechende Strukturen, Organisationskonzepte & Prozesse

- Neugestaltung von Geschäftsprozessen
- Strukturgestaltung und Fähigkeitsentwicklung
- Neue Aspekte des Outsourcings
- Wege zu Business Excellence und Digital Readiness

Change Management

- Das Paradigma der Selbstorganisation in Gruppen
- Die Elemente des Change Managements: Synthese von Bewährtem und Neuem
- Kreation von Tatendrang und Dynamik – Potentiale mobilisieren

Umsetzung in die Praxis – Implementierung

- New Leadership: Dank vorgelebten neuen Werten und Verhaltensänderungen zu einer veränderungsorientierten Kultur

Bedeutende Unternehmenseinheiten führen

Durchführungen

2025

Nr. 16425	4. Durchführung 2025
1. Teil	6.–9. Oktober 2025, Horn
2. Teil	24.–26. Nov. 2025, Stuttgart

2026

Nr. 16126	1. Durchführung 2026
1. Teil	26.–29. Januar 2026, Stuttgart
2. Teil	23.–25. März 2026, Bregenz

Nr. 16226	2. Durchführung 2026
1. Teil	27.–30. April 2026, Stuttgart
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz

Nr. 16326	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Juni – 2. Juli 2026, Davos
2. Teil	5.–7. Oktober 2026, St.Gallen

Nr. 16426	4. Durchführung 2026
1. Teil	14.–17. September 2026, Bregenz
2. Teil	5.–7. Oktober 2026, St.Gallen

Dauer: 4+3 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/16

Zielgruppe (w/m)

1. Executives aus Divisionen, Sparten, Geschäftsfeldern, Business Units und Profit Centers
2. Leiterinnen und Leiter bedeutender Funktionsbereiche, die als Verantwortliche wichtige Aufgaben bei der Steuerung und der Unterstützung der Unternehmung wahrnehmen

Konzept

Was braucht es, um Unternehmenseinheiten erfolgreich zu führen? Welche Konzepte sind in welcher Situation erfolgreich?

Zu diesen Fragen finden Sie in diesem Seminar Antworten und Lösungsansätze, die auch für Ihr Unternehmen von grossem Nutzen sein können.

Themen

Business Mission und Vision

- Die oberste Zwecksetzung
- Identität und Vision aus Sicht der Eigner und Aufsichtsorgane

Führungsprinzipien und Werte

- Führungsleitbild und Führungsgrundsätze
- Gewollte Unternehmenskultur

Leitplanken von oben

- Leitplanken an das Management der Geschäftsbereiche, Business Units und Tochtergesellschaften

Rolle und Führungsaufgaben des Managements

- Sicherstellung der langfristigen Überlebensfähigkeit
- Einhaltung der Prinzipien und gemeinsamen Werte
- Erreichen der Ziele
- Sicherstellen eines ständig weiter entwickelten Kundennutzens

Strategie für die Unternehmung

- Festlegen des zukünftigen Kerngeschäfts
- Auswahl der Aufbaugeschäfte
- Norm-Strategien für die einzelnen Geschäftsfelder

Strategie für die Unternehmenseinheiten

- Strategien der Töchter, ihrer Geschäftsfelder, Business Units und Funktionsbereiche
- Teilstrategien mit der Unternehmensstrategie harmonisieren

Organisationsstruktur

- Struktur und Organisationsprinzipien

Leistungs- und Resultat-Optimierung

- Performanceorientierte Unternehmensführung
- Hohe Leistung, hohe Arbeitszufriedenheit

Umsetzungsstärke

- Wie Umsetzungsstärke entsteht
- Welche Konzepte der Implementierung sich bei den weltbesten Unternehmen bewähren

Advanced Leadership

- Selbstorganisation in Gruppen
- Die Rolle des Managements bei der Entwicklung von Agilität
- Bildung einer Hochleistungsorganisation

Change Management

- Bewährtes und Neues kombinieren als Erfolgsprinzip des Change Managements



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e16



Unternehmensführung für High Potentials

Intensivprogramm Unternehmensführung	31
St. Galler Junior Business School	32
High Potentials Leadership Programm	34
St. Galler Führungsprogramm für High Potentials	35
Young Manager Führungsprogramm	36
High Potential Finanz-Programm	37
High Potential Kommunikations-Programm	38



Intensivprogramm Unternehmensführung

Gesamtzusammenhänge des resultatorientierten Managements als Vorbereitung auf eine höhere Aufgabe im Unternehmen. Für die Leader der Zukunft.

Durchführungen

2025

Nr. HP1065	6. Durchführung 2025
1. Teil	8.–11. Dezember 2025, Köln
2. Teil	2.–5. Februar 2026, Luzern

2026

Nr. HP1016	1. Durchführung 2026
1. Teil	2.–5. März 2026, Stuttgart
2. Teil	20.–23. April 2026, Köln

Nr. HP1026	2. Durchführung 2026
1. Teil	22.–25. Juni 2026, St.Gallen
2. Teil	7.–10. September 2026, Berlin

Nr. HP1036	3. Durchführung 2026
1. Teil	7.–10. September 2026, Bregenz
2. Teil	5.–8. Oktober 2026, Stuttgart

Nr. HP1046	4. Durchführung 2026
1. Teil	5.–8. Oktober 2026, St.Gallen
2. Teil	14.–17. Dezember 2026, Luzern

Nr. HP1056	5. Durchführung 2026
1. Teil	08.–11. Dezember 2026, Köln
2. Teil	1.–4. Februar 2027, Köln

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/hp10

Zielgruppe (w/m)

1. Für höhere Aufgaben vorgesehene High Potentials
2. Besonders förderungswürdige Spezialistinnen und Spezialisten, die sich für Aufgaben qualifizieren wollen, die ein umfassendes Verständnis über die Erfolgsmechanismen der Unternehmensführung benötigen

In diesem Seminar Unternehmensführung lernen Sie Fähigkeiten und Kompetenzen, die Sie auf dem Weg zu einer ganzheitlich denkenden, Resultat orientierten Führungskraft benötigen. Sie entwickeln Ihr persönliches Fähigkeits- und Kompetenz-Portfolio.

Konzept

Wer einen Betrag für das Ganze liefern will, muss die Gesamtzusammenhänge einer erfolgreichen Unternehmensführung kennen. Das Seminar Unternehmensführung besteht aus 2 Teilen:

Teil 1: General Management. Strategie. Kundenmanagement. Führung.

Teil 2: Hochleistung, Strukturen, Prozesse, Führen im Wandel

Themen

General Management

- Die vielfältigen Aufgaben des Managements
- Das Dynamikmodell des Unternehmens: Was treibt die Veränderung?
- Die Kunst, komplex zu denken, aber einfach und wirkungsvoll zu handeln

Normatives Management

- Wie die Leitplanken zu Nachhaltigkeit, Werten, obersten Zielen und Führungsgrundsätzen im eigenen Bereich umgesetzt werden

Strategisches Management

- Die wegweisende Strategie erarbeiten
- Die Kunst der Strategie-Implementierung

Technologie Management

- Neue Technologien erschaffen neue Märkte

Wachstum und Innovation

- Wachstums-Optionen und Wachstumsstrategie
- Business Development in der Praxis
- Unsere Rolle: Innovator, Imitator, schlauer Zweiter oder...?

Markt- und Kundenmanagement

- Die Logik des Marktes und der Branche verstehen
- Kundenbedürfnisse und ungelöste Kundenprobleme als Ausgangsbasis für Strategisches Marketing

Struktur- und Kulturmanagement

- Wie die Organisationsstruktur die Zielerreichung fördert oder behindert
- Eine Hochleistungsorganisation aufbauen
- Erfolg dank Prozessmanagement

Change Management, Implementierung

- Die Leader Rolle für sich selbst definieren
- Führen als Kernkompetenz erfolgreicher Führungskräfte

Gesetzmässigkeiten erfolgreicher Führung

- Was Führungspersönlichkeiten auszeichnet
- Welches Gesetzmässigkeiten für gutes Führungsverhalten in der Praxis zu beachten sind

E Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch:** www.sgbs.com/ehp10

St. Galler Junior Business School

Durchführungen

2025

Nr. 20425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 11. Dezember 2025, Köln
2. Teil	9. – 12. Februar 2026, St. Gallen
3. Teil	23. – 26. Februar 2026, Brunnen

2026

Nr. 20126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. März 2026, Stuttgart
2. Teil	16. – 19. März 2026, Stuttgart
3. Teil	6. – 9. Juli 2026, Brunnen
Nr. 20226	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, St. Gallen
2. Teil	6. – 9. Juli 2026, Brunnen
3. Teil	14. – 17. September 2026, Brunnen
Nr. 20326	3. Durchführung 2026
1. Teil	7. – 10. September 2026, Bregenz
2. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Stuttgart
3. Teil	2. – 5. November 2026, Luzern
Nr. 20426	4. Durchführung 2026
1. Teil	5. – 8. Oktober 2026, St. Gallen
2. Teil	1. – 4. Dezember 2026, St. Gallen
3. Teil	25. – 28. Januar 2027, St. Gallen

Dauer: 4 + 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/20

Zielgruppe (w/m)

Die Junior Business School ist auf die Bedürfnisse und die betriebliche Situation von Teilnehmer:innen im Alter von ca. 28 bis 42 Jahren ausgerichtet:

1. Führungskräfte, Stabsstelleninhaber und Verantwortliche zentraler Dienstleistungsstellen, welche von einer umfassenden, systematisch aufgebauten betriebswirtschaftlichen Ausbildung profitieren wollen.
2. Nachwuchsführungskräfte, welche eine verantwortungsvolle Führungsposition übernehmen oder übernommen haben und ihr Management-Wissen einem gründlichen Check-up unterziehen möchten.
3. Praktiker, die ihre in der Praxis gewonnenen Erkenntnisse kritisch hinterfragen und überprüfen wollen.
4. Ingenieure, Techniker und Juristen, welche sich als Nicht-Betriebswirtschaftler umfassende Management-Kenntnisse in sehr intensiver Form aneignen wollen.

E Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch:** www.sgbs.com/e20

Konzept

Die St. Galler Junior Business School ist ein anspruchvolles Intensiv-Management-Programm für Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte und Fachspezialisten, die sich für eine gehobene Managementaufgabe qualifizieren oder ihr bestehendes Managementwissen kritisch hinterfragen und vertiefen wollen.

Anhand konkreter Fälle werden auf der Basis des St. Galler Management-Ansatzes und der systemorientierten Managementlehre die zentralen Themen der Unternehmensführung erläutert und trainiert: St. Galler Führungsmodell, Marketing Management, Struktur- und Prozessmanagement, Leadership, Finanzmanagement.

Nutzen

Dieses Programm vermittelt die Erfolgsprinzipien erfolgreichen Managements sowie neues Management-Wissen zu den zentralen Themen effektiver Unternehmensführung. Besonderen Wert legen wir dabei auf hohen Praxisbezug und auf den Lerntransfer.

Neben fachlichem Können und richtigem Einsatz von Management-Methoden zeichnen sich leistungsorientierte Mitarbeitende speziell auch durch eine hohe Sozialkompetenz aus. Die Teilnehmenden lernen über ihre Stärken als Führungspersönlichkeit. Sie lernen diese Stärken richtig zum Einsatz zu bringen.

Themen

Leadership und Mitarbeiterführung

Welcher Führungsstil bringt unter welchen Bedingungen die besten Resultate? Wie kann eine optimale Mitarbeiterleistung bei hoher Mitarbeiterzufriedenheit erreicht werden?

Verhaltensmuster im Führungsprozess

Jede Führungskraft verhält sich nach einem individuellen Verhaltensmuster. Dieses wird für Mitarbeiter erkennbar und im Geschäftsalltag zur Spielregel im Umgang mit ihrem Chef. Unser Dozent zeigt die typischen Verhaltensmuster im Führungsprozess auf.

Stärken im Führungsverhalten

Darauf aufbauend gelingt es meist, eigene Stärken im persönlichen Führungsverhalten zu erkennen. Natürlich auch eigene Schwächen. Im Seminar konzentrieren wir uns auf die Stärken. Denn Verhaltensveränderungen dauern sehr lange und es ist lohnender, auf Stärken aufzubauen und diese zu verstärken.

Die Stärken zum Einsatz bringen

Ist es gelungen, die eigenen Stärken zu identifizieren, stellt sich die Frage, ob diese auch bewusst zum Einsatz gebracht werden. Wir trainieren typische Situationen aus dem Geschäftsleben und zeigen, wie persönliche Stärken bewusst eingesetzt werden.

Themen

Persönliche Sozialkompetenz

Die persönliche Sozialkompetenz sollte mit zunehmender Erfahrung und Verantwortung mitwachsen. Wir zeigen, welche Ausprägungen Sozialkompetenz hat und wie Optimierungspotenziale genutzt werden.

Persönliche Kompetenzen

- Die gewinnende Gesprächsführung
- Vertrauen verdienen
- Engagement zeigen
- Teamplayer sein
- Ein wertvolles Gruppenmitglied sein
- Persönliche Fähigkeiten, sich auf sympathische Art durchzusetzen

Führung und Führungsverhalten

- Für Aufgaben und Projekte Verantwortung übernehmen
- Mit eigenen Ideen überzeugen
- Kommunikation im Team
- Mitarbeitende für Engagement gewinnen
- Gesetzmässigkeiten der Führung
- Eigene Verhaltensmuster in Führungssituationen
-

Der ganzheitliche Management Ansatz

- Vom Modell zum praktischen Nutzen
- Ganzheitliches Denken als Quelle für nachhaltigen Unternehmenserfolg

Ganzheitliches Management von Unternehmens-Bereichen

- Einen Bereich führen, aber das Ganze im Blick
- Kurzfristige Ziele erreichen und gleichzeitig in die Zukunft investieren

Das neue Strategische Management

- Strategisches Denken
- Struktur und Inhalt einer Bereichs- und Profit Center Strategie
- Die strategische Analyse
- Strategische Handlungsspielräume nutzen

Das neue Marketing

- Im neuen Marketing gilt: «Alles was kommuniziert, verkauft».
- Wer nach aussen kommuniziert, ist daher marketing-relevant.
- Wie organisiert man dieses Marketing?

Die finanzielle Führung

- Finanzieller Erfolg lässt sich anhand einiger weniger Parameter steuern
- Wo liegt der eigene Handlungsspielraum, um an den finanziellen Erfolg beizutragen?
- Planung, Budgetierung und Steuerung des Profit Center-Ergebnisses
- Massnahmen zur Ergebnisverbesserung

Planung und Budgetierung

- Ehrgeizige Planung und Budgetierung
- Umgang mit Instabilitäten und Unsicherheiten
- Anpassung an schwankende Umfeldfaktoren
- Konstanten der Planung in einer unplanbaren Welt

Investitionsrechnung

- Lohnt sich die Investition in die Rationalisierung?
- Rechnet sich Investition in Innovation?
- Make-or-buy: Was selbst, was durch andere machen?
- Outsourcing oder Insourcing

Finanzierung

- Berechnung des Finanzbedarfs für neue Strategien und Konzepte
- Kapitalflussrechnung, Kapitalbedarf und Mittelherkunft
- Die besten Formen der Finanzierung
- Die Kosten des Kapitals minimieren

Liquiditätssteuerung

- Die Liquidität berechnen
- Jederzeitige Liquidität sicherstellen

Gewinn- und Rentabilitätsziele erreichen

- Ehrgeizige Gewinn- und Rentabilitätsziele setzen
- Massnahmen und Wirkungsmechanismen des Gewinnmanagements
- Gewinn-, Cashflow-, Rentabilitäts- und Deckungsbeitragsziele erreichen

Kosten im Griff?

- Die gewollte Kostenposition
- Kostenplanung und Kostenkontrolle
- Den Break-even-Punkt steuern
- Fixkosten bewusst gestalten
- Kosten variabilisieren und flexibilisieren

High Potentials Leadership Programm

Die ganzheitliche Führung: Strategisch führen, finanziell führen, marktorientiert führen, Mitarbeitende führen.

Durchführungen

2025

- Nr. HP3045 **4. Durchführung 2025**
- 1. Teil 8. – 11. Dezember 2025, Köln
 - 2. Teil 23. – 26. Februar 2026, Brunnen
 - 3. Teil 2. – 5. März 2026, St.Gallen
 - 4. Teil 27. – 29. April 2026, St.Gallen

2026

- Nr. HP3016 **1. Durchführung 2026**
- 1. Teil 2. – 5. März 2026, Stuttgart
 - 2. Teil 27. – 30. April 2026, Köln
 - 3. Teil 22. – 25. Juni 2026, Bregenz
 - 4. Teil 14. – 16. September 2026, Berlin
- Nr. HP3026 **2. Durchführung 2026**
- 1. Teil 22. – 25. Juni 2026, St.Gallen
 - 2. Teil 6. – 9. Juli 2026, Bregenz
 - 3. Teil 5. – 8. Oktober 2026, Berlin
 - 4. Teil 14. – 16. Dezember 2026, Frankfurt
- Nr. HP3036 **3. Durchführung 2026**
- 1. Teil 7. – 10. September 2026, Bregenz
 - 2. Teil 9. – 12. November 2026, Bregenz
 - 3. Teil 7. – 10. Dezember 2026, St.Gallen
 - 4. Teil 26. – 28. April 2027, St.Gallen

Dauer: 4 + 4 + 4 + 3 Tage

Seminargebühr: CHF 13 900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/hp30

Zielgruppe (w/m)

1. Jüngere Manager:innen, Spezialist:innen und Funktionsverantwortliche im Alter von ca. 30 bis 48 Jahren
2. Nachwuchs-Manager:innen, die sich mit einem umfassenden, sehr praxisbezogenen Entwicklungsprogramm die Basis für den zukünftigen Karriereaufstieg erwerben wollen
3. High Potentials, die in Zukunft höhere Aufgaben übernehmen sollen
4. Besonders förderungswürdige Leistungsträger:innen

Aufbau

Teil 1: Strategie-Kompetenz (4 Tage)

Teil 2: Finanz-Kompetenz (3 Tage)

Teil 3: Marketing & Verkauf (4 Tage)

Teil 4: Führungs-Kompetenz (4 Tage)

Konzept

Das HPL-Programm ist die ideale Management Development-Massnahme und eine lohnende Investition in die Zukunft.

Themen

General Management und Strategie-Kompetenz: Zukunftssicherung

- Idee, Marktlücke, Marktanalyse
- Kundenbedürfnisse, Unmet Need- und Kundennutzen
- Strategie: Die Methodik des Strategischen Managements
- Der eigene Beitrag zur Strategie-Umsetzung
- Strategie
- Digitalisierung
- Optimale Struktur und Organisationsmodell
- Prozesse als Wettbewerbsvorteil
- Markterfolg
- Kernkompetenzen

Finanz-Kompetenz: Planung und Gestaltung finanzieller Resultate

- Kostenstruktur und Preisstrategie
- Erlösstruktur und Break-Even
- Investitionsplanung
- Kapitalbedarf und Finanzierung
- Gewinnpotential kennen und nutzen
- Finanzielle Ziele
- Führen mit Kennzahlen
- Unternehmenswert: Die Treiber

Marketing & Verkauf: Verkaufserfolge planen & bewirken

- Marketing-Konzept
- Produktmanagement
- Marken, Branding
- Verkaufskonzepte
- Vertriebskanal-Management
- E-Business
- Direktmarketing
- Digitalisierung von Marketing und Verkauf
- Online-Marketing, Online-Verkauf

Führungs-Kompetenz: Auftreten, wirken, motivieren, führen

- Selbstmanagement
- Auftreten, wirken
- Mitarbeiter führen
- Teams leiten
- Führungsstil
- Führungsverhalten
- Kommunikation
- Leadership
- Implementierung



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch:** www.sgbs.com/ehp30

St. Galler Führungsprogramm für High Potentials

Durchführung

2025

Nr. 82425	4. Durchführung 2025
1. Teil	24. – 27. November 2025, Horn
2. Teil	27. – 30. April 2026, Berlin

2026

Nr. 82126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 12. März 2026, Köln
2. Teil	27. – 30. April 2026, Berlin
Nr. 82226	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Brunnen
2. Teil	14. – 17. Sep. 2026, St.Gallen
Nr. 82326	3. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 24. September 2026, Bregenz
2. Teil	30. Nov. – 3. Dez. 2026, Stuttgart
Nr. 82426	4. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. Nov. 2026, Stuttgart
2. Teil	12. – 15. April 2027, Zürich

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/82

Zielgruppe (w/m)

1. Junge Führungskräfte, Stabsstelleninhaber:innen und Spezialist:innen aus allen Bereichen
2. Nachwuchskräfte
3. Zukünftige Leader

Konzept

Mit Hilfe dieses Seminars werden Sie in die Lage versetzt, Ihren Status Quo bezüglich Führungs-Kompetenz zu überprüfen. Nach dem Seminar sollten Sie in der Lage sein,

- den eigenen Spielraum für Leistung und Resultat zu überblicken
- wesentliche Führungs-Techniken einzusetzen
- Ihre Stärken besser nutzen zu können
- Akzeptanz für Ihre Ideen und Konzepte zu erreichen
- Ihren Wirkungsgrad zu steigern.

Sie wissen, welchen Erwartungen Sie als junge Nachwuchskraft gerecht werden sollten. Sie lernen, durch ein kollegiales, team- und leistungsorientiertes Verhalten diesen Erwartungen gerecht zu werden.

Themen

Führungs-Kompetenz

- Was gute Führung ausmacht
- Wie High Potentials sich zu Führungspersönlichkeiten entwickeln

Effektivität dank Führung

- Warum viel arbeiten noch kein Resultat ist
- Wie gute Führung Motivation und Leistung auf die wirklich wichtigen Themen ausrichtet

Leistungsbereitschaft

- Persönliche und berufliche Ziele bestimmen
- Das Anspruchsniveau für die eigene Karriere planen
- Die eigene Leistungsbereitschaft definieren

Selbstmanagement

- Eigene Stärken kennenlernen
- Schwächen nicht dominant werden lassen

Soziale Kompetenz

- Die Fähigkeiten im Umgang mit anderen Menschen
- Soziale Kompetenz im Führungsprozess

Resultatorientiert Mitarbeiter führen

- Werte, Leitplanken und Zielvorgaben von oben vermitteln
- Ziele im eigenen Bereich vereinbaren
- Vertrauen, Delegation und Selbstorganisation

Führungsverhalten

- Verhalten in konfliktbeladenen Situationen
- Unangenehmem nicht aus dem Weg gehen
- Vertrauensvoller Umgang mit Fehlern
- Kritikfähigkeit im Team verbessern

Leadership

- Wenn Unternehmensziele sich mit Mitarbeiterinteressen nicht decken
- Die eigene Vorbildfunktion

Kommunikation und Verhandeln

- Sagen was man meint
- Die gewollte Wirkung auf andere
- Regeln einer wirkungsvollen Kommunikation

Mit Konflikten umgehen

- Eskalation: Wenn aus Nebensächlichkeiten grosse kommunikative Gräben entstehen
- Wege zur Konfliktlösung

Young Manager Führungsprogramm

Mehr führen. Persönliche Stärken nutzen. Wirkungsvoll kommunizieren.

Durchführungen

2025

Nr. AV7165 6. Durchführung 2025

1. Teil 24. – 27. November 2025, Horn
2. Teil 8. – 11. Dezember 2025, St.Gallen
3. Teil 27. – 30. April 2026, Berlin

2026

Nr. AV7116 1. Durchführung 2026

1. Teil 9. – 12. März 2026, Köln
2. Teil 27. – 30. April 2026, Berlin
3. Teil 6. – 9. Juli 2026, Bregenz

Nr. AV7126 2. Durchführung 2026

1. Teil 22. – 25. Juni 2026, Brunnen
2. Teil 6. – 9. Juli 2026, Bregenz
3. Teil 14. – 17. Sep. 2026, St.Gallen

Nr. AV7126 3. Durchführung 2026

1. Teil 21. – 24. September 2026, Bregenz
2. Teil 9. – 12. November 2026, Bregenz
3. Teil 30. Nov. – 3. Dez. 2026, Stuttgart

Nr. AV7146 4. Durchführung 2026

1. Teil 23. – 26. Nov. 2026, Stuttgart
2. Teil 14. – 17. Dez. 2026, Lenzerheide
3. Teil 12. – 15. April 2027, Zürich

Dauer: 4 + 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av71

Zielgruppe (w/m)

Jüngere Führungskräfte, Spezialistinnen und Spezialisten im Alter von 26 bis max. 39 Jahren, die sich für die weitere berufliche Laufbahn im Unternehmen qualifizieren wollen.

Aufbau

Teil 1: Führungsverhalten, Selbstmanagement und Auftreten. 4 Tage.

Teil 2: Moderne Führung: Eigene Stärken erkennen, notwendige Kompetenzen neu aufbauen. 4 Tage.

Teil 2: Gute Kommunikation: Von gewinnender Gesprächsführung bis zu hartnäckigem Verhandeln. 4 Tage.

Konzept

Dieses Programm eignet sich für Teilnehmende, die früher oder später eine Verantwortung mit zunehmender Führungstätigkeit einnehmen werden und sich darauf vorbereiten wollen. Willkommen sich auch Teilnehmende, die bereits befördert wurden und nun ihre persönliche Führungskompetenz weiter ausbauen

Themen

Teil 1: Selbstmanagement und Führungskompetenz

Basis einer erfolgreichen Tätigkeit in einem Unternehmen ist ein gutes Selbstmanagement. Was braucht es an Wissen, Einsichten, Methoden und Instrumenten? Aufbauend auf einem wirkungsvollen Selbstmanagement, braucht es vor allem auch die Fähigkeit, sich in Teams erfolgreich zu bewegen und Führungsqualitäten in Projekten oder als Linienvorgesetzte weiter zu entwickeln. Im ersten Programmteil lernen Sie daher, sich selbst als Führungspersönlichkeit besser kennenzulernen:

- die Instrumente des Selbstmanagements gekonnt anzuwenden
- die eigene Leistung für das Unternehmen zu verstehen und weiter auszubauen
- Führungsaufgaben in Teams und Projekten erfolgreich zu meistern

Teil 2: Persönliche Stärken und Talente erkennen, neue Kompetenzen aufbauen

Jede und Jeder hat ganz spezielle Stärken. Am richtigen Platz und auf richtige Art eingesetzt, kommen diese zum Tragen. Der Erfolg lässt sich sehen. Aus Erfolg entsteht Motivation, aus Motivation und Erfolg das Selbstbewusstsein, das man braucht, um Ideen zu entwickeln, Impulse zu setzen, zum nächsten Schritt auf der Erfolgsleiter anzusetzen.

Aus diesem Grund ist es gerade für die junge Führungskraft wichtig, über eigene Stärken und Schwächen Bescheid zu wissen. Es ist wichtig, anhand von Rollenspielen, Übungen und qualifiziertem Feedback zu erleben, wo die eigenen Stärken liegen und wie diese in ganz bestimmten Situationen viel besser und wirkungsvoller als bisher zum Einsatz zu bringen sind.

Teil 3: Wirkungsvoll kommunizieren und gekonnt verhandeln

Führen heisst kommunizieren und verhandeln. Die Fähigkeit, gut zu kommunizieren, wird im Geschäftsalltag zu einer permanenten Herausforderung. Mehrfach pro Tag müssen Sie anderen zuhören, sich eine Meinung bilden, ihre Ideen und Gedanken vermitteln. Sie müssen Mitarbeitende, Kolleginnen, Chefs, Geschäftspartner, Lieferanten und Kunden überzeugen. Sie müssen die Kunst beherrschen, eigene Ziele im Gespräch durchsetzen zu können. Oft als win-win dank wertschätzender Gesprächsführung, nicht selten aber auch mit der gebotenen Härte und Durchsetzungsfähigkeit, wenn Interessensgegensätze sich nicht auflösen lassen.

High Potential Finanz-Programm

Durchführungen

2025

Nr. HP6055	5. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. November 2025, St. Gallen
2. Teil	27. – 29. April 2026, St. Gallen

2026

Nr. HP6016	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 12. Februar 2026, St. Gallen
2. Teil	27. – 29. April 2026, St. Gallen
Nr. HP6026	2. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. März 2026, Köln
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Zürich
Nr. HP6036	3. Durchführung 2026
1. Teil	6. – 9. Juli 2026, Brunnen
2. Teil	14. – 16. September 2026, Frankfurt

Dauer: 4 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 6900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/hp60

Zielgruppe (w/m)

Leiter:innen von Bereichen, Profit Centers, Hauptabteilungen, Abteilungen sowie Spezialisten, die vermehrte finanzielle Verantwortung übernehmen werden.

Konzept

Wer finanzielle Verantwortung übernimmt, braucht kompaktes Wissen zum Finanz- und Rechnungswesen.

Wer ein Profit Center, eine Business Unit oder einen Teilbereich führt, muss wissen, wie man ehrgeizige finanzielle Ziele erreicht und welche Programme notwendig sind, um Liquidität und Kapitaleinsatz zu steuern und Ebit und Rentabilität zu steigern.

Mit steigender Führungs-Verantwortung erweitert sich das Spektrum der notwendigen Kompetenzen: Bilanz-Management, Finanzierung, Kapitaloptimierung, Planung und Budgetierung, Abweichungsanalysen und Korrekturmassnahmen, Unternehmenswert-Steigerung. Zudem braucht es die Fähigkeit der Früherkennung von finanziellen Risiken und Fehlentwicklungen, der Interpretation von Kennzahlen und der Einleitung von notwendigen Massnahmen zur Sicherung der finanziellen Prosperität.

Aufbau

Teil 1: Finanz- und Rechnungswesen im Praxiseinsatz. 4 Tage.

Teil 2: Controlling. 3 Tage.

Themen

Finanzielles Wissen

- Was Führungskräfte von Aufbau und Logik des betrieblichen Rechnungswesens wissen müssen
- Kostenrechnung, Kalkulation
- Preisbildung
- Profit Center Rechnung
- Planung und Budgetierung
- Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung

Finanzierung, Kapital, Liquidität

- Zusammenhang zwischen strategischen Veränderungen wie Sortimentsverbreiterung, Marktbearbeitungs-Konzepten, Investitionen in den Herstellungsprozess und der Ausdehnung des Finanzbedarfs
- Finanzierungsarten, Finanzierungskosten
- Die Steuerung der Liquidität

Ebit und Rentabilität

- Gewinn-, Cashflow-, Rentabilitäts- und Deckungsbeitragsziele erreichen

Kostenmanagement

- Den Break-even-Punkt bewusst gestalten

Rentabel wachsen

- Konsequenzen des Wachstums auf Rentabilität und Liquidität
- Rentables Wachstum

Neue Geschäftsideen

- Ergebnisorientierte Konzeption eines neuen Geschäfts
- Design to Profit für neue Geschäftseinheiten, neue Profit Centers oder Projekte

Controlling-Instrumente

- Der Management-Erfolgsbericht
- Monatliche Controlling-Berichte interpretieren und auswerten
- Finanzielle Navigations-Instrumente

High Potential Kommunikations-Programm

Durchführungen

2025

Nr. HP8065	4. Durchführung 2025
1. Teil	26. – 28. November 2025, St.Gallen
2. Teil	8. – 11. Dezember 2025, München
3. Teil	23. – 25. März 2026, Berlin

2026

Nr. HP8016	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 11. März 2026, Stuttgart
2. Teil	23. – 25. März 2026, Berlin
3. Teil	27. – 30. April 2026, Berlin
Nr. HP8026	2. Durchführung 2026
1. Teil	18. – 20. Mai 2026, Bregenz
2. Teil	15. – 17. Juni 2026, Zürich
3. Teil	14. – 17. Sep. 2026, St.Gallen
Nr. HP8036	3. Durchführung 2026
1. Teil	14. – 16. September 2026, Brunnen
2. Teil	28. – 30. Sep. 2026, Stuttgart
3. Teil	30. Nov. – 3. Dez. 2026, Stuttgart
Nr. HP8046	4. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 11. November 2026, Zürich
2. Teil	30. Nov. – 3. Dez. 2026, Stuttgart
3. Teil	15. – 17. März 2027, Frankfurt

Dauer: 3 + 3 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/hp80

Zielgruppe (w/m)

Das Seminar eignet sich speziell für High Potentials, jüngere Führungskräfte und Spezialist:innen, die ihre kommunikativen Fähigkeiten erkennen und ihre Gesprächsführung, Rhetorik und ihr Verhandlungsgeschick ausbauen wollen.

Aufbau

Teil 1: Auftreten, Wirken, Überzeugen. 3 Tage

Teil 2: Vorträge, Reden, Kommunikation nach aussen. 3 Tage

Teil 3: Überzeugend verhandeln. 4 Tage.

Konzept

Führen bedeutet zu kommunizieren. Immer geht es darum

- anderen zuzuhören, um sich ein Bild über die Ausgangslage zu verschaffen
- Lösungsvorschläge der Gesprächspartner einzuholen
- eigene Ideen zu erläutern
- den Kommunikationsprozess so zu gestalten, dass alle sich anschliessend hoch motiviert an die Umsetzung des Vereinbarten machen.

Leider ist kaum etwas so schwierig wie eine nachhaltig gekonnte Kommunikation. Ein jahrelang aufgebautes Vertrauensverhältnis kann mit einem einzigen Satz zerstört werden. Eine noch so gute Strategie kann wegen schlechter Kommunikation zum Scheitern gebracht werden. Aus einer gut gemeinten Besprechung kann tiefe Demotivation bis zur inneren Kündigung entstehen. Führen heisst, gut zu kommunizieren. Um gut zu führen, braucht es Kompetenz in motivierender Kommunikation.



Themen

Auftreten. Wirken. Überzeugen.

Führungskräfte verbringen einen bedeutenden Teil ihrer Arbeitszeit mit Reden und Zuhören: In persönlichen Gesprächen, in Meetings, in Koordinationssitzungen mit Kollegen, in Zielvereinbarungs- oder Strategie-Besprechungen, in Konfliktlösungen, in Qualifikations-Besprechungen, Vorträgen und kurzen Reden.

Das Seminar zeigt, wie gute Kommunikation als Instrument eines gekonnten Leadership in der Praxis funktioniert:

- Gesetzmässigkeiten guter Kommunikation im Management
- Was tun gute Kommunikatoren anders?
- Erfahrungen und Erfolgsbeispiele aus der Praxis
- Die häufigsten Fehler und deren Konsequenzen
- Was gute Kommunikation leisten kann, was nicht
- Selbsterfahrung: Die eigenen Kommunikationsmuster
- Typisches Verhalten in schwierigen Gesprächen
- Eigene Stärken erkennen und vermehrt nutzen
- Eigene Schwachstellen erkennen und hinterfragen
- Kommunikation im Führungsprozess
- Aktiv zuhören: Die Technik

Themen

- Mit Fragen steuern
- Besprechungen und Meetings leiten
- Empathie und Engagement für den Menschen
- Lob – ehrlich gemeint und motivierend kommuniziert
- Kritik – konstruktiv, sensibilisierend und motivierend
- Schlagfertigkeit üben und entwickeln

Vorträge, Reden, Kommunikation nach aussen

Erfolgreiche Führungskräfte sind starke Kommunikatoren. Sie plazieren sorgfältig ausgewählte, präzise Botschaften. An die richtige Zielgruppe. Zur rechten Zeit. Über das geeignete Medium. Gezielte Kommunikation hilft, die persönliche Kommunikationswirkung zu steigern und die Voraussetzungen für gezielte Wirkung nach innen und aussen zu schaffen.

Wirkungsvoll kommunizieren

Die Gesetzmässigkeiten einer wirkungsvollen Kommunikation nach innen und aussen. Der persönliche Kommunikationsstil. Grosse Kommunikatoren und was wir von ihnen lernen können.

Kommunikationsaufgaben

Kommunikation als umfassendes Instrument, Ziele zu erreichen. Integrierte Kommunikation – die zentrale Management-Aufgabe. Das Navigationssystem der Kommunikation.

Vorträge, Reden, kurze Repliken

Aufbau, Gestaltung und Durchführung einer Rede und eines Vortrags. Dramaturgie. Bewusst gewählte Rhetorik. Wege zu Aufmerksamkeit, Spannung und Akzeptanz. Sympathie.

Wandel und Veränderungen kommunizieren

Strategischer Wandel und notwendige Veränderungen nach innen kommunizieren. Erfolge und positive Entwicklungen verstärken. Führen durch Kommunikation.

Gezielte Botschaften über Medien

Den Umgang mit Medien trainieren. Botschaften präzise auswählen und gezielt verbreiten. Personal Branding – die Führungskraft als Marke. Pflege des persönlichen Images.

Interne Kommunikationsprozesse

Kommunikationsprozesse organisieren. Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten festlegen.

PR, Medien und Pressearbeit steuern

Die Logik der Medien und der Medienarbeit verstehen. Die Handlungsspielräume im Umgang mit Medien kennen und nutzen. Training spezifischer Situationen: Interview durch Journalisten, Interview im Radio, Statements vor laufender Kamera durch Auswertung der Erkenntnisse.

Gekonnt verhandeln

Verhandlungssituationen bedürfen einer gut durchdachten Taktik und wohl überlegten Gesprächsführung. Gilt es doch, ein wichtiges Ziel und das Ja des Gesprächspartners zu erreichen. Eine erfolgreiche Verhandlungsführung beginnt mit der Analyse der Verhandlungssituation.

Prinzipien des Verhandelns

Wer eine Verhandlung als Sieger verlassen will, darf nicht nur an sich selbst denken. Ohne win-win kein dauerhafter Erfolg. Welche Prinzipien sind unbedingt anzuwenden? Was ist zu vermeiden?

Verhandlungsziele und Taktik

Wie werden die eigenen Verhandlungsziele definiert? Wie werden sie strukturiert, in Muss- und Wunsch-Ziele eingeteilt? Welche Verhandlungstaktiken bringen in welchen Situationen den grössten, welche den kleinsten Erfolg?

Persönliche Kommunikations- & Führungskompetenz

Bei all diesen Aufgaben braucht es persönliche Kompetenzen:

- Ein überzeugendes, authentisches Auftreten
- Eine persönliche Wirkung, die beeindruckt
- Die Fähigkeit, das Gegenüber «lesen und verstehen» zu können

- Glaubwürdigkeit und Wertschätzung, um andere von eigenen Ideen, Konzepten und Vorstellungen überzeugen zu können.

Überzeugend und authentisch auftreten

Sie erkennen den Zusammenhang zwischen der Art, wie Menschen von anderen wahrgenommen werden und dem Wunsch, wie man selbst gesehen werden möchte.

Die persönliche Wirkung

In vielen Situationen will man eine ganz bestimmte Wirkung erzielen: ein schmaler Grat. Die einen übertreiben, bluffen, drängen sich in den Vordergrund. Die anderen rücken sich und ihre Person zu Unrecht in den Hintergrund. Sie lernen, Ihre Persönlichkeit der Situation angemessen wirken zu lassen.

Führen durch «Verstehen»

Sie lernen, Ihre Gesprächspartner richtig einzuschätzen, sie zu «lesen» und damit zu verstehen. Sie lernen, durch richtiges Eingehen auf Ihre Gesprächspartner die eigene Glaubwürdigkeit und Wertschätzung massiv zu steigern und damit die Basis für die Umsetzung Ihrer Ideen und Vorstellungen zu legen.



General Management

Profit Center/Business Unit erfolgreich führen	41
General Management: Strategie. Finanzen. Leadership.	42
General Management: Management & Führung	44
St. Galler Managementkurs	45
St. Galler Betriebswirtschaftslehrgang	46
St. Galler Management Programm	47
Operationelle Exzellenz	48
Ganzheitliches Management. Gesamtperspektive für Führungskräfte.	49
Optimale Organisation: Struktur. Dynamik. Agilität. Umsetzungskraft.	50
Umsetzungskompetenz für Führungskräfte	51



Profit Center/Business Unit erfolgreich führen

Die Verantwortung für einen wichtigen Teilbereich des Unternehmens übernehmen.

Durchführungen

2025

Nr. HP2045	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 11. Dezember 2025, St. Gallen
2. Teil	2. – 5. Februar 2026, München
3. Teil	9. – 12. März 2026, Köln
4. Teil	27. – 29. April 2026, St. Gallen

2026

Nr. HP2016	1. Durchführung 2026
1. Teil	26. – 28. Januar 2026, St. Gallen
2. Teil	16. – 19. März 2026, Luzern
3. Teil	27. – 29. April 2026, St. Gallen
4. Teil	22. – 25. Juni 2026, Brunnen
Nr. HP2026	2. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 18. März 2026, St. Gallen
2. Teil	22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
3. Teil	14. – 16. Sep. 2026, Frankfurt
4. Teil	23. – 26. November 2026, Stuttgart
Nr. HP2036	3. Durchführung 2026
1. Teil	8. – 10. Juni 2026, St. Gallen
2. Teil	22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
3. Teil	14. – 16. Sep. 2026, Frankfurt
4. Teil	23. – 26. November 2026, Stuttgart

Dauer: 3+4+3+4 Tage

Seminargebühr: CHF 13 900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/hp20

Zielgruppe (w/m)

1. Leistungsträger:innen aus allen Bereichen, die sich auf eine Funktion mit gesteigerter und umfassender Verantwortung vorbereiten wollen
2. Verantwortliche für Profit Centers und Business Units, die diese Funktion bereits wahrnehmen, sich durch dieses Intensivprogramm aber zusätzliche Impulse und Fähigkeiten aneignen wollen
3. Verantwortliche für Cost- und Profit Centers
4. Heutige und zukünftige Verantwortliche für Business Units, Kundengruppen, Produktgruppen, grosse Projekte

Konzept

Dieses Programm zeigt Zusammenhänge, liefert einen Rahmen für Erfolg gerichtetes Management. Es bringt Ihnen Instrumente, Methoden und persönliche Verhaltensweisen, um diese grosse Führungsaufgabe erfolgreich bewältigen zu können.

Themen

Gutes Management – Erfolg als Führungskraft

- Der ganzheitliche St. Galler Management Ansatz
- Das Grundmodell des guten und richtigen Managements

Normative Leitplanken

- Purpose (Zwecksetzung), Mission, Vision und Werte des Unternehmens im eigenen Bereich umzusetzen
- Die Bedeutung von Spielregeln: gewollte Unternehmenskultur, gelebtes Führungsverhalten
- Die Bedeutung von Vertrauen, Compliance, Verantwortung für Gesellschaft, Umwelt
- Wertschätzung und Empathie als Basis in der Mitarbeiterführung
- Die richtige Dosis an Agilität und Selbstorganisation als Voraussetzung für Dynamik, Kundennähe und Unternehmertum im Unternehmen

Erfolgsprinzipien des Strategisches Managements

- Erfolgsprinzip: Attraktive, wachsende und rentable Märkte
- Erfolgsprinzip: Die Logik der Branche verstehen und neu definieren
- Erfolgsprinzip: Die richtige Positionierung im Wettbewerbsumfeld

- Das Geschäft von heute: verteidigen, ausbauen, optimieren
- Das Geschäft der Zukunft
- Strategien erfolgreich nutzen

Innovation, Neue Geschäftsmodelle

- Wie neue Technologien die alten Geschäftsmodelle zerstören können
- Wachstum mit neuen Geschäften
- Kundennutzen und Kundenmanagement
- Gekonntes Business Development

Leadership, Führungsverhalten

- Persönliche Führungskompetenz
- Agilität und Handlungskompetenz
- Das persönliche Kommunikationsverhalten
- Schwierige Führungssituationen meistern

Die finanzielle Führungsaufgabe

- Systematik der finanziellen Führung
- Die Aufgaben: Planen, Budgetieren, Resultate liefern
- Welche Resultate: Die finanziellen Kennzahlen
- Daten des Controllings verstehen

E Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch:** www.sgbs.com/ehp20

General Management: Strategie. Finanzen. Leadership.

Durchführungen

2026

Nr. 17126	1. Durchführung 2026 26. – 29. Januar 2026 Stuttgart
Nr. 17226	2. Durchführung 2026 27. – 30. April 2026 Stuttgart
Nr. 17326	3. Durchführung 2026 29. Juni – 2 Juli 2026 Davos
Nr. 17426	4. Durchführung 2026 14. – 17. September 2026 Bregenz
Nr. 17526	5. Durchführung 2026 23. – 26. November 2026 St.Gallen

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 5400.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/17



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e17

Zielgruppe (w/m)

Das Seminar ist ausgerichtet auf Führungskräfte, denen der Besuch eines längeren Lehrgangs nicht möglich ist, welche aber trotzdem nicht auf aktuellstes Managementwissen verzichten bzw. sich aktualisieren wollen:

1. Führungskräfte der oberen Ebenen, die einen umfassenden Überblick über die neuesten Möglichkeiten ganzheitlicher Unternehmensführung erhalten wollen.
2. Geschäftsbereichs-, Business-Unit-Verantwortliche und Profit-Center-Leiter, die praktische Umsetzungsmöglichkeiten in ihrem Verantwortungsbereich suchen.
3. Verantwortliche von Zentralfunktionen, die wichtige Gestaltungs- und Entwicklungsaufgaben wahrnehmen.
4. Spezialisten, die sich Wissen zur Leistungssteigerung in ihrem Bereich aus ganzheitlicher Sicht aneignen wollen.



Konzept

Der Wandel der Märkte, neue Technologien und neue Spielregeln verändern die Erfolgsmechanismen der Unternehmensführung. Executives sind gefordert, es braucht innovative neue Konzepte und deren wirkungsvolle Umsetzung.

Hier setzt das Seminar an: Es vermittelt anhand des St.Galler Management Ansatzes die Essenz des heute unverzichtbaren Managementwissens. Es stellt die wichtigsten, praxiserprobten Themen des modernen Managements griffig und umsetzungsorientiert dar.

Digital Business und KI

Dabei wird sowohl auf neueste Managementpraktiken, KI und digitale Geschäftsmodelle als auch auf bewährtes Managementwissen zurückgegriffen.

Referenten und Methodik

Die erfahrenen Referenten genügen höchsten Anforderungen und repräsentieren den neuesten Stand des Managementwissens aus theoretischer und praktischer Sicht.

Die Seminarinhalte basieren auf der ganzheitlichen, integrierten St.Galler Managementlehre von Prof. Dr. Dres. h.c. Knut Bleicher, ehemaliger Beiratsvorsitzender der St.Galler Business School.

Themen im Überblick

- Worin unterscheidet sich gutes von schlechtem Management?
- Welche aktuellen Managementkonzepte haben sich bei Unternehmen bewährt?
- Welche Auswirkungen hat die «Digital Economy» auf unsere Branche und unser Geschäftsmodell?
- Wie lassen sich grosse Lücken in der Marktleistung finden und in Marktanteilsgewinne ummünzen?
- Wie ist mit digitalen Angreifern umzugehen?
- Welche Hürden sind zu beseitigen, um das volle Leistungspotential von Mitarbeitenden zu erreichen und Veränderungsprozesse rasch zu bewältigen?
- Welches sind die Dos & Don'ts meines Führungs- und Kommunikationsverhaltens?
- Welche (finanziellen) Steuergrößen benötigen Executives?
- Wie werden Gewinnpotentiale konsequent erschlossen?
- Was braucht es für ein entschlossenes Umsetzen?

Themen

Managementkonzepte, die man kennen muss

- Managementkonzepte von heute: Der sich verschärfende Wettbewerb und Digitalisierung als Auslöser
- Bausteine des St. Galler Management Ansatzes: Das Netzwerk der ganzheitlichen Unternehmenssteuerung
- Das Unternehmens- und Menschenbild im Wandel: Das Produktivitäts-Paradoxon – Führung 4.0
- Umgang mit Komplexität, Skaleneffekte im Zentrum
- Konzeptionelle und methodische Grundlagen für Manager:innen: Wo habe ich Nachholbedarf?

Von Spitzenleistungen anderer lernen: Diskontinuitäten und neue Geschäftsmodelle nutzen

- Das eigene Geschäft verstehen: Ändern sich unsere Branchenstrukturen?
- Den Konkurrenten begreifen: Wie ticken digitale Angreifer?
- Den Besten nachahmen: Wer Geschäftsmodelle nicht anpasst, geht hohe Risiken ein

Strategische Führung und digitale Angreifer

- Kundennutzen als Fixstern: Markt- und bedürfnisorientierte Unternehmenskulturen aufbauen
- Analyse der Markt-Erfolgspotentiale als Basis echter Marktkompetenz
- Instrumente zur Umsatz- und Marktanteilsausweitung – Erfahrungen aus der Praxis schnellwachsender Unternehmen
- Suchfelder zur Schaffung kundenproblemorientierter Produkte: Klassisch oder digital?
- Wettstreit der Kompetenzen: Evaluation der eigenen Kernkompetenzen und Potenziale von Netzwerkorganisationen

Strategische Marketing-Entscheidungen

- Strategische Segmentierung von Kunden und Märkten zur Dynamisierung und Absicherung von Märkten
- Digital Marketing und Online Marketing: Strategische Kurskorrekturen in Kundenansprache, Kundenbetreuung und Vertriebskonzept

Business Development

- Neue Technologien für das Schaffen neuer Märkte nutzen
- Digitale Wachstumssprünge

Struktur- & Prozessmanagement

- Disruptive Technologien, die eine Neugestaltung von Identität und Geschäftsprozessen erfordern
- Strukturgestaltung und Fähigkeitsentwicklung: SGFs und Business Units richtig stanzen
- Schlankes Management als Wachstumsbremse?

Leadership & Kommunikation

- Das Potential echter sich selbst führender Teams: Welche Rolle spielt der Chef?
- Leadership entwickeln und fördern – Was ist heute anders?
- Der Schlüsselfaktor Sozialkompetenz
- Die Wirksamkeit der eigenen Management-Kraft vervielfachen
- Change Management und Re-invent: Bewährte und neue Vorgehensweisen
- Das eigene Kommunikationsverhalten auf den Prüfstand stellen: Dos & Don'ts.
- Wirkungsvolles Umsetzen: Die Führungskraft als Vorbild und Wegbereiter bei der Umsetzung des nötigen Wandels.

Kosten- & Ertragssteuerung

- Die entscheidenden «Value Drivers» zur integrierten Steuerung der Ertragskraft: Wo liegt bei uns das grösste Potenzial brach?
- Wie kann man den Unternehmenswert kontinuierlich und nachhaltig steigern?
- Effektive Controlling-Instrumente für Praktiker: Modernes Finanzmanagement für Executives auf den Punkt gebracht
- Benchmarking richtig eingesetzt: Wie lerne ich von den Besten?
- Cashflow-, Rentabilitäts- und Kostenziele erreichen

General Management: Management & Führung

Durchführungen

2025

Nr. 21425 **4. Durchführung 2025**
8. – 11. Dezember 2025
Köln

2026

Nr. 21126 **1. Durchführung 2026**
2. – 5. März 2026
Stuttgart

Nr. 21226 **2. Durchführung 2026**
22. – 25. Juni 2026
St. Gallen

Nr. 21236 **3. Durchführung 2026**
7. – 10. September 2026
Bregenz

Nr. 21246 **4. Durchführung 2026**
5. – 8. Oktober 2026
St. Gallen

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch
in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine
und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/21

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte und Schlüsselmitarbeiter:innen, die eine umfassende Gesamtsicht in das optimale Funktionieren einer Unternehmung benötigen und ihren eigenen Beitrag hierfür leisten wollen
2. Funktional tätige Führungskräfte und Spezialisten, die noch keine systematische Ausbildung im General Management erhalten haben
3. Nachwuchsführungskräfte, welche sich auf eine neue, verantwortungsvolle Funktion vorbereiten wollen
4. Jüngere Führungskräfte, die ihr bestehendes betriebswirtschaftliches Wissen in intensiver Form auffrischen wollen

Konzept

Was gehört zu einem gekonnten General Management und wie können Leitende aus Bereichen und Abteilungen einen eigenen Beitrag an den Erfolg des ganzen Unternehmens leisten?

Themen

General Management

- Ganzheitlich und nachhaltig agieren
- Der St.Galler Management Ansatz
- Die Zusammenhänge der Unternehmensführung

Strategie zur Zukunftssicherung

- Kernkompetenzen und bestehende Geschäfte professionell analysieren
- Neue Geschäfte, Chancen und Zukunftsmärkte rechtzeitig erkennen, mögliche technologische Veränderungen vorhersehbar machen
- Griffige Ideen und Strategien mit geeigneten Instrumenten entwickeln und bewerten: Was funktioniert, was nicht?
- Geschäftsmodelle in der digitalen Welt.

Künstliche Intelligenz nutzen

- Die Chancen der künstlichen Intelligenz für die eigenen Aufgabenbereiche nutzen
- KI für Innovation, neue Ideen und Erarbeitung von Konzepten nutzen
- KI für Verbesserungen im Geschäftsalltag nutzen: schneller, besser, kostengünstiger, datenbasiert, faktenbasiert, mit Alternativen und deren Bewertung

Markterfolg und Vertriebsstärke

- Marktanalyse, Marktgrößen und Marktpotenziale
- Kunden, Kaufentscheidungsprozesse
- Die Customer Journey: Berührungspunkte im Kundenprozess
- Kundenmanagement: Instrumente und Gesetzmässigkeiten
- Marketing-Konzept und Marketing-Instrumente, Toolbox des Marketings
- Digitale Vertriebskanäle

Motivation und Leistung

- Initiative zeigen, Verantwortung übernehmen
- Agilität: Vorschläge machen, Ideen entwickeln
- Sich unternehmerisch verhalten
- Die eigene Rolle im Team und in Projekten



Für englischsprachige Führungskräfte
gibt es dieses Programm auch
in Englisch: www.sgbs.com/e21

St. Galler Managementkurs

Durchführungen

2026

Nr. 22126	1. Durchführung 2026
1. Teil	26. – 29. Januar 2026, Stuttgart
2. Teil	27. – 29. April 2026, St.Gallen
Nr. 22226	2. Durchführung 2026
1. Teil	27. – 30. April 2026, Stuttgart
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Zürich
Nr. 22326	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Juni – 02 Juli 2026, Davos
2. Teil	14. – 16. September 2026, Berlin
Nr. 22426	4. Durchführung 2026
1. Teil	14. – 17. September 2026, Bregenz
2. Teil	14. – 16. Dezember 2026, Frankfurt
Nr. 22526	5. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. November 2026, St.Gallen
2. Teil	14. – 16. Dezember 2026, Frankfurt

Dauer: 4 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/22

Zielgruppe (w/m)

Der St. Galler Managementkurs unterstützt den Weg vom Spezialisten zur ganzheitlich denkenden Führungskraft. Er unterstützt das Denken in Zusammenhängen. Hilft, Wichtiges von Unwichtigem zu trennen und resultatorientiert zu arbeiten und zu führen.

Konzept

Der Managementkurs vermittelt in sehr konzentrierter Form das heutzutage unabdingbar notwendige Wissen über die ganzheitliche strategische und resultatorientierte finanzielle Führung.

Teil 1: General Management, Strategie, Leadership, finanzielle Führung

Teil 2: Vertiefung: Die finanzielle Ergebnissteuerung.

Themen

Die St. Galler Managementlehre

- Der St. Galler Ansatz der integrierten, ganzheitlichen Unternehmensführung
- Resultatorientiert führen: Die «richtigen» Dinge tun

Strategisches Management

- Das frühzeitige Erkennen von Chancen für neue Geschäfte, Innovationen und Wandel
- Die Fokussierung auf rentable Geschäfte und Märkte mit Potential
- Das Erkennen und die Formulierung griffiger Optionen für Expansion, Kostenführerschaft, Spezialisierung und Nischenpolitik
- Strategische Entscheide und deren Auswirkungen

Von der Strategie zum Markterfolg

- Geschäftsideen und Innovationen in Business-Pläne und Marketing-Konzepte überführen
- Strategien erfolgreich am Markt umsetzen

Führung und Führungsverhalten

- Das nachhaltig geführte Unternehmen
- Verankerung gesellschaftlich relevanter Werte im Unternehmen
- Führungsprinzipien und Führungskultur
- Führungsstil und Führungsrolle
- Führungspersönlichkeit

Finanz- und Rechnungswesen

- Die wichtigsten Begriffe

- Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnung
- Grundlagen der Gewinn-/Rentabilitäts- und Liquiditätssteuerung

Finanzielle Ergebnisse planen

- Finanzielle Tools, um einen eigenen Verantwortungsbereich «im Griff zu haben»
- Der Planungs- und Budgetierungsprozess

Controlling, Managementreports

- Controllinginformationen verstehen
- Wie kann das Wesentliche in kurzer Zeit erfasst werden?

Kostenrechnung und Kalkulation

- Wie wird Kostentransparenz geschaffen? Aktives Kostenmanagement: Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung
- Kalkulationssysteme mit Deckungsbeiträgen und Grenzkosten

Finanzierung, Investition

- Kapitalbedarf, Finanzbedarf, Cash Flow
- Auswirkung von Investitionsentscheiden
- Entscheidungsanträge finanziell darstellen

St. Galler Betriebswirtschaftslehrgang

Durchführungen

2025

Nr. 23425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 11. Dezember 2025, Köln
2. Teil	9. – 12. Februar 2026, St. Gallen

2026

Nr. 23126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. März 2026, Stuttgart
2. Teil	23. – 26. März 2026, Köln

Nr. 23226	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, St. Gallen
2. Teil	6. – 9. Juli 2026, Brunnen

Nr. 23326	3. Durchführung 2026
1. Teil	7. – 10. September 2026, Bregenz
2. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Stuttgart

Dauer: 4 + 4 Tage

Die Seminarteile können auch in anderer Reihenfolge gebucht werden.

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/23

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, Projektverantwortliche und Stabsmitarbeiter
2. Bereichsleiter:innen und Praktiker aus technischen oder kaufmännischen Bereichen.
3. Techniker, Juristen, Ingenieure und Naturwissenschaftler, die neu oder zunehmend auf Managementwissen zurückgreifen müssen.
4. Mitarbeiter, die für eine neue Funktion mit vermehrter Managementverantwortung vorgesehen sind.

Konzept

Die Teilnehmenden am St. Galler Betriebswirtschaftslehrgang wollen sich in kurzer Zeit einen kompakten, praxisbezogenen Überblick über BWL verschaffen. Betriebswirtschaftliche und kaufmännische Kenntnisse, Managementwissen und umfassendes Verständnis für betriebliche Zusammenhänge sind wichtig, um herausfordernde Ziele für sich selbst wie auch für das Unternehmen zu erreichen.

Das Programm beginnt mit einer übersichtlichen Darstellung zur Unterneh-

menführung, zur Strategischen Führung und zu Marketing und Kundenmanagement. Danach liegt der Schwerpunkt des Programms auf den Themen des Finanz- und Rechnungswesen und dem Führen mit finanziellen Kennzahlen. Keine grösseren Vorkenntnisse nötig.

Themen

Teil 1: Unternehmensführung

Betriebswirtschaft und Ganzheitliches Management

- Das St. Galler Betriebswirtschafts-Verständnis: Überblick, Teile, Zusammenhänge
- Die ökonomische Logik der Unternehmensführung
- Denken in Gesamtzusammenhängen

Strategie und Marketing

- Strategische Grundkonzepte, die für alle Branchen gelten
- Einzelne Elemente eines zeitgemässen Marketingkonzeptes
- Produktzyklen, Innovationsgeschwindigkeit, Sortimentsplanung, neue digitale Märkte

Leistung und Motivation

- Die eigene Rolle im Team, in der Abteilung, im Unternehmen

- Die neue Agilität: Was bedeutet dies für Sie persönlich
- Die eigenen Leistungsreserven mobilisieren

Teil 2: Finanzielle Kompetenz

Grundlagen des Finanzmanagements & Controllings

- Die finanzwirtschaftlichen Schlüsselgrössen beherrschen
- Übersicht über das Konzept und die Instrumente der finanziellen Führung

Bilanz und Erfolgsrechnung

- Bilanzen und Erfolgsrechnungen analysieren, verstehen und beurteilen
- Kennzahlensysteme als Instrumente zum Erkennen des Handlungsbedarfs

Finanzielle Planung und Kontrolle

- Erstellung von Budgets und zielorientierten Ergebnisplanungen
- Umgehen mit Abweichungen
- Die Management-Erfolgsrechnung
- Zahlen aus dem Controlling prüfen
- Kostenrechnung und Kalkulation
- Wann rechnen sich Investitionen?
- Entscheidungsanträge souverän belegen
- Finanzierungsinstrumente

St. Galler Management Programm

Ganzheitlich denken, engagiert handeln.

Durchführungen

2025

Nr. 27425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 11. Dezember 2025, St. Gallen
2. Teil	26. – 29. Januar 2026, Stuttgart

2026

Nr. 27126	1. Durchführung 2026
1. Teil	26. – 28. Januar 2026, St. Gallen
2. Teil	27. – 30. April 2026, Stuttgart

Nr. 27226	2. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 18. März 2026, St. Gallen
2. Teil	27. – 30. April 2026, Stuttgart

Nr. 27326	3. Durchführung 2026
1. Teil	8. – 10. Juni 2026, St. Gallen
2. Teil	29. Juni. – 02. Juli 2026, Davos

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 9500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/27

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, die eine umfassende Gesamtsicht in das optimale Funktionieren einer Unternehmung benötigen und ihren eigenen Beitrag hierfür leisten wollen

2. Executives und Ergebnisverantwortliche, die Ihre Wirkung im General Management anhand des St. Galler Management Ansatzes überprüfen und weiter optimieren wollen

Nutzen

Was macht den St. Galler Management Ansatz so wertvoll? Wie wirkt sich das Modell des Ganzheitlichen Managements in der Praxis aus? Wie wird es genutzt? In diesem Programm lernen Sie, komplexe Zusammenhänge zu verstehen, ganzheitlich zu denken, aber engagiert und mit hoher Umsetzungskraft zu handeln. Motto: Ganzheitlich denken, einfach handeln.

Konzept

Teil 1: Das St. Galler Management Konzept in der Praxisanwendung

Anhand konkreter Beispiele aus der Praxis zeigen wir die Bedeutung des Ganzheitlichen Managements für eine erfolgreiche Tätigkeit als Führungskraft. Im Anwendungsteil lernen die Teilnehmenden, die wichtigsten Instrumente des St. Galler Management Konzepts zur Lösung konkreter Fälle anzuwenden. Dadurch sind

sie in der Lage, dieses Gedankengut auch im eigenen Arbeitsumfeld zu nutzen.

Teil 2: General Management: Das Ganze steuern

Wir zeigen die Zusammenhänge eines ganzheitlichen Managements, stufengerecht für die beschriebene Zielgruppe:

- General Management
- Strategisches Management
- Business Development, Innovation und Startup
- Marktanalyse
- Kennzahlen des Finanz- und Rechnungswesens
- Planung, Budgetierung, Kosten- und Ertragsmanagement
- Mitarbeiter und Teams führen
- Führungsaufgaben in agilen Strukturen

Themen

Das St. Galler Management Konzept

- Die ganzheitliche Erfolgs-Verantwortung
- Management Modelle aus St. Gallen
- Komplex denken, einfach handeln
- Best Practices
- Anwendungsbeispiele
- St. Galler Tools für die eigene Praxis

Strategie, Innovation, Digitalisierung

- Neue Geschäfte, Chancen und Zukunftsmärkte rechtzeitig erkennen
- Griffige Ideen und Strategien mit geeigneten Instrumenten entwickeln
- Geschäftsmodelle in der digitalen Welt

Fokus Kunde

- Marketingstrategie als Chefaufgabe
- Kundennutzen neu erfinden
- Verteidigungsfähige Wettbewerbsvorteile

Finanzielle Resultate

- Gewinne planen und realisieren
- Finanzielle Gesamtzusammenhänge
- Finanzielle Entscheidungen treffen
- Finanzielle Führung und Controlling

Führungskompetenzen

- Leadership und Führungsphilosophie
- Die eigenen Stärken als Führungskraft nutzen
- Die Effektivität der Führung im Management Team steigern
- Agilität ins Unternehmen tragen

Operationelle Exzellenz

Produktivität und Umsetzungsstärke.

Durchführungen

2025

Nr. 33525	5. Durchführung 2025
1. Teil	1.–4. Dezember 2025, Luzern
2. Teil	23.–25. März 2026, Bregenz

2026

Nr. 33126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2.–5. Februar 2026, Luzern
2. Teil	23.–25. März 2026, Bregenz

Nr. 33226	2. Durchführung 2026
1. Teil	20.–23. April 2026, Köln
2. Teil	29. Juni–1. Juli 2026, Bregenz

Nr. 33326	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Juni–2. Juli 2026, Brunnen
2. Teil	5.–7. Oktober 2026, St.Gallen

Nr. 33426	4. Durchführung 2026
1. Teil	7.–10. September 2026, Berlin
2. Teil	16.–18. November 2026, Stuttgart

Nr. 33526	5. Durchführung 2026
1. Teil	5.–8. Oktober 2026, Stuttgart
2. Teil	16.–18. November 2026, Stuttgart

Dauer: 4 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/33

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte der oberen Ebene
2. Verantwortliche für Geschäftsbereiche, Business Units und Profit Centers, die ihren Bereich auf Produktivität und Qualität ausrichten
3. Leitende aus funktionalen Bereichen

Konzept

Wie können Leistung und Resultate eines Unternehmens kontinuierlich optimiert werden? Wie kann ein Unternehmen bezüglich Produktivität und Qualität auf ein Weltklasse-Niveau gebracht werden? Was ist zu tun, um Prozess- und Produktivitätsführerschaft im Unternehmen zu verankern?

Ziel dieses Executive Seminars ist es, Instrumente und Erfahrungen aus der Praxis renommierter Unternehmen vorzustellen und konkrete Impulse für die Gestaltung einer eigenen «Hochleistungsorganisation» zu erhalten.

E Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e33

Themen

Fokus auf Operationelle Exzellenz

- Die operationelle Exzellenz im Tagesgeschäft als Voraussetzung für eine Hochleistungsorganisation
- Performanceorientierte Unternehmensführung: Der ganzheitliche Ansatz zur Steuerung der Leistung des Unternehmens und seiner Bereiche

Leistungsfördernde Strukturen

- Die grosse Bedeutung von Organisationsstrukturen für das Denken und Handeln der Mitarbeitenden
- Wie Strukturen die Entwicklungsrichtung des Unternehmens lenken
- Welches ist die beste Struktur: Wege zur Erarbeitung des Operating Models

Bedeutung des Prozessmanagements

- Der Stellenwert des Prozessmanagements
- Die wichtigsten Prozesse eines Unternehmens
- Die Messgrössen zur Prozessqualität
- Die Rolle des Prozessmanagements als Business Enabler

Qualität, Produktivität und Performance

- Die Gestaltung des Wertschöpfungsprozesses
- Qualität und Kundenzufriedenheit
- Die Produktivität der Kopfarbeiter

Strategie-Umsetzung durch Prozessmanagement

- Wettbewerbsvorteile dank Prozessmanagement
- Produktiver, schneller, besser sein
- schlanker und kostengünstiger sein
- transparenter und führbarer sein
- emotionaler und näher beim Kunden sein

Execution: Stärke in der Umsetzung

- Weniger Powerpoint, mehr Verständigung über gemeinsame Ziele
- Weniger Konzepte, mehr Präzision im Zusammenwirken
- Weniger Meetings, mehr Umsetzung
- Welche Prinzipien und welches Führungsverhalten zeichnet eine umsetzungsstarke Führungskraft aus?
- Wie können Executives die Umsetzungs-Stärke in ihrem Bereich massiv steigern?

Gekonnt Implementieren

- Umsetzen per Dekret: Oft nicht wirksam
- Das bessere Prinzip: Begeistern, Anreize setzen und Selbstorganisation
- Sozialkompetenz bei Veränderungsprozessen
- Change Management: Gesetzmässigkeiten berücksichtigen, Instrumente einsetzen

Ganzheitliches Management. Gesamtperspektive für Führungskräfte.

Das ganzheitliche St. Galler Management für die Praxis.

Durchführungen

2025

Nr. 84425 **4. Durchführung 2025**
8. – 11. Dezember 2025
St. Gallen

2026

Nr. 84126 **1. Durchführung 2026**
26. – 28. Januar 2026
St. Gallen

Nr. 84226 **2. Durchführung 2026**
16. – 18. März 2026
St. Gallen

Nr. 84326 **3. Durchführung 2026**
8. – 10. Juni 2026
St. Gallen

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 5400.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch
in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und
Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/84

Zielgruppe (w/m)

Führungskräfte, Spezialistinnen und
Spezialisten sowie High Potentials, die
das Gedankengut des ganzheitlichen
St. Galler Management Ansatzes kennen
und anwenden wollen.

Konzept

St. Galler Management Konzept

Ziel dieser 4 Tage ist es, die Teilneh-
menden in die Theorie und Praxis des
St. Galler Management Konzepts einzu-
führen. Dadurch werden sie befähigt,
Praxisaufgaben ganzheitlich zu verste-
hen. Sie lernen, Massnahmen nicht als
kurzfristige Scheinlösungen, sondern
als nachhaltige Optimierung im Sinne
des Ganzen zu realisieren.



Themen

Nachhaltigkeit:

- Erwartungen an Unternehmen
- Anforderungen an Führungskräfte

Wann ist ein Unternehmen erfolgreich?

- Das mehrschichtige St. Galler
Erfolgsmodell

Wann ist eine Führungskraft erfolgreich?

- Was gute Führungsleistung
bewirken soll
- Das persönliche Erfolgs-Modell als
Kompass

Ganzheitlichkeit – Die Zusammenhänge verstehen

- Das ganzheitliche St. Galler Modell
der Unternehmensführung
- Das St. Galler Analysemodell
- Die Wirkung von Führungsentschei-
dungen und Führungsmassnahmen
ganzheitlich erkennen

Leitplanken an Management und Mitarbeitende

- Welche Leitplanken und Vorgaben
braucht es, damit leistungswillige,
agile Führungskräfte, Mitarbeitende
und Teams voller Tatendrang und
Agilität sich begeistert für gemein-
same Resultate engagieren?

Erfolg heute, Erfolg morgen

- Was ist zu tun, um heute über-
durchschnittlich erfolgreich zu sein?
- Was ist zu tun, um in Zukunft über-
durchschnittlich erfolgreich zu sein?
- Der Spagat zwischen Gegenwarts-
und Zukunftsorientierung

Die eigene Führungsrolle

- Welche unterschiedlichen Führungs-
rollen kann dabei das oberste und
obere Management einnehmen?

Die 2 Wege einer effektiven Führung

- Das St. Galler Führungsmodell
- Was Führungskräfte dank sozialen
Kompetenzen bewirken können,
was nicht
- Warum erfolgreiche Leader immer
auch den zweiten Weg der effektiven
Führung zum Einsatz bringen:
Systemorientierte Führung

Stärke im Umsetzen

- Viele Ideen und Konzepte versanden:
Die Gründe
- Das St. Galler Implementierungs-
Modell
- Resultatorientiertes Denken in der
Unternehmenskultur verankern

E Für englischsprachige Führungskräfte
gibt es dieses Programm auch
in Englisch: www.sgbs.com/e84

Optimale Organisation: Struktur. Dynamik. Agilität. Umsetzungskraft.

Durchführungen

2025

Nr. 89525	5. Durchführung 2025
1. Teil	1. – 4. Dezember 2025, Luzern
2. Teil	23. – 25. März 2026, Davos

2026

Nr. 89126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. Februar 2026, Luzern
2. Teil	23. – 25. März 2026, Davos

Nr. 89226	2. Durchführung 2026
1. Teil	20. – 23. April 2026, Köln
2. Teil	8. – 10. Juni 2026, Bregenz

Nr. 89326	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Juni – 2. Juli 2026, Brunnen
2. Teil	5. – 7. Oktober 2026, Brunnen

Nr. 89426	4. Durchführung 2026
1. Teil	7. – 10. September 2026, Berlin
2. Teil	5. – 7. Oktober 2026, Brunnen

Dauer: 4 + 3 Tage

Seminargebühr: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/89

Konzept

Die Organisation eines Unternehmens muss bewusst gestaltet werden. Warum? Es ist die starke Wirkung, die von der gewählten Organisationsstruktur auf das Denken und Handeln ausgeht. Die Struktur weist den Weg in die Zukunft. Die Führungsprinzipien bestimmen über Dynamik, Agilität, operationelle Exzellenz und Umsetzungskraft. Sie lernen, die Vor- und Nachteile von Organisationsstrukturen zu analysieren. Sie erhalten Instrumente, um Unternehmen oder Teilbereiche in eine neue, gewollte Richtung zu lenken. Sie erkennen, wie Strategie und gewollte Unternehmenskultur durch Eingriffe in die Organisationsstruktur umgesetzt werden können. Sie wissen um die Bedeutung von Führungsprinzipien für das tägliche Leben, die Motivation, das Engagement und die Leistung der Mitarbeitenden.

Zielgruppe (m/w)

Führungskräfte, die Wissen über die optimale Strukturierung eines Unternehmens oder eines Teilbereichs benötigen, um daraus wertvolle Erkenntnisse für die Bildung und Veränderung von Organisationsstrukturen, Prozessen, Führungsprinzipien und Implementierungs-Aufgaben ableiten zu können.

Themen

Entscheidungen zur Organisationsstruktur

- Strukturmodelle und ihre Vor- und Nachteile in der Praxis
- Die entscheidenden Fragen bei Strukturveränderungen
- Wettbewerbsvorteil dank Organisationsstruktur
- Einfache, erfolgstreibende Strukturen gestalten
- Das Optimum zwischen zentraler und dezentraler Führung bestimmen

Autonomie und Handlungsspielraum: Zentral und dezentrale Führung

- Vor- und Nachteile einer zentralen Steuerung.
- Die Vorteile von Dezentralisierung und Selbstorganisation
- Handlungsautonomie und Unternehmertum fördern
- Das richtige Mass an Selbstorganisation und Autonomie situativ finden

Führungsprinzipien

- Führungsprinzipien als Leitplanken für das Management
- Dynamik und Entrepreneurship als Kulturelement
- Agilität und Selbstorganisation als gelebtes Führungsprinzip

Operative Exzellenz

- Laufende Optimierung von Qualität, Produktivität, Performance
- Kostensenkung und Kostenvariabilisierung: Überleben in schwierigen Zeiten
- Schnelligkeit und Kundennähe

Restrukturierung planen

- Fokussierung auf Kerngeschäfte
- Rückzug und Desinvestition
- Mehr Effektivität in Strukturen und Prozessen

Systeme und Führungsinstrumente

- Anreizsysteme.
- Navigationssysteme

Veränderungs-Management 1:

- Die Erfolgsprinzipien einer gekonnten Umsetzung
- Implementierung-Instrumente
- Die anpassungsfähige Organisation

Veränderungs-Management 2

- Aktives Changemanagement
- Mitarbeitende für nötigen Wandel gewinnen
- Das umsetzungs-fokussierte Führungsverhalten



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch in Englisch: www.sgbs.com/e89

Umsetzungskompetenz für Führungskräfte

Wie Führungskräfte grosse Veränderungen erfolgreich umsetzen

Durchführungen

2025

Nr. AV7345 **4. Durchführung 2025**
1. Teil 9.–11. Dezember 2025, Zürich
2. Teil 27.–30. April 2026, Berlin

2026

Nr. AV7316 **1. Durchführung 2026**
1. Teil 23.–25. März 2026, Davos
2. Teil 27.–30. April 2026, Berlin

Nr. AV7326 **2. Durchführung 2026**
1. Teil 8.–10. Juni 2026, Bregenz
2. Teil 14.–17. Sep. 2026, St.Gallen

Nr. AV7336 **3. Durchführung 2026**
1. Teil 5.–7. Oktober 2026, Brunnen
2. Teil 30. Nov.–3. Dez. 2026, Stuttgart

Nr. AV7346 **4. Durchführung 2026**
1. Teil 1.–3. Dezember 2026, Zürich
2. Teil 12.–15. April 2027, Zürich

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 7500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av73

Zielgruppe (w/m)

- Executives, Führungskräfte
- Leiter/innen von Geschäftsbereichen und wichtigen Business Units
- Verantwortliche für die Umsetzung von Strategien
- Verantwortliche für die Umsetzung von Neuem im Unternehmen

Konzept

Grosse Veränderungen finden nur bei Wenigen spontane Begeisterung.

Wenn Veränderungen vom nachgelagerten Management und den Mitarbeitern abgelehnt werden, wird es von ihnen auch kein Engagement für die Umsetzung geben. Die Veränderung bleibt Makulatur, ein Lippenbekenntnis der Geschäftsleitung, eines von vielen Konzepten, das vollmundig angekündigt und nach einiger Zeit still und heimlich beerdigt werden wird.

Hier setzt gekonntes Umsetzungs Management an: Notwendige Veränderungen und neue Konzepte gemeinsam mit den Leistungsträgern tatsächlich auch umsetzen. Dazu braucht es zusätzlich zu Umsetzungsstärke (Teil 1) auch gekonnte Kommunikation und Geschick im Verhandeln (Teil 2).

Themen

Execution: Stärke in der Umsetzung

Wie können die für Ergebnisse verantwortlichen Führungskräfte eine grössere Zahl von Menschen dazu bringen, Dinge zu tun, die für das Unternehmen wichtig und richtig, für den einzelnen Betroffenen vordergründig jedoch unangenehm und ungewollt sind?

- Veränderung und Anpassung als zentrales Prinzip einer erfolgreichen Unternehmensentwicklung
- Wandel als Folge von extern bedingten Herausforderungen und notwendige Verbesserungen
- Wie Betroffene auf Wandel und Veränderung reagieren – eine Typologie
- Welche Voraussetzungen für den Umsetzungserfolg geschaffen werden müssen
- Welche Umsetzungsleistung ein gutes Change Management leisten kann
- Die eigene Rolle als Change Manager verstehen und erfolgreich ausüben
- Erfolgreich Umsetzen in der Praxis: Erfahrung und Best Practices

Neue Strategien implementieren

- Wie kann das, was oben gewollt wird, auf allen Ebenen mit engagierten Mitarbeitern auch in konkrete Resultate überführt werden?

Unternehmens-Kultur

- Zur erfolgreichen Umsetzung von Neuem gehört immer auch das Arbeiten an der eigenen Unternehmenskultur – eine permanente Aufgabe.

Kommunikation im Umsetzungsprozess

Gute Kommunikation bezweckt:

- Ein gutes Arbeitsklima zu gestalten
- Dank hohem Sympathiewert die Unterstützung von Kolleginnen und Kollegen zu erhalten
- Schwierige Themen und schwierige Situationen gezielt ansprechen zu können
- Eigenen Ideen und Impulsen Gehör zu verschaffen
- Sich selbst und andere zu motivieren
- In die so wichtigen informellen Netzwerke mit eingebunden zu werden
- Gesetzmässigkeiten der Gesprächsführung anzuwenden

Kommunikations-Training

- In unterschiedlichen Rollenspielen erleben die Teilnehmenden ihre eigenen Kommunikationsmuster und erhalten wertvolle Hinweise für eine verbesserte Kommunikationswirkung.



Management Weiterbildung für
Executives & Führungskräfte

Strategisches Management

Künstliche Intelligenz in der strategischen Unternehmensführung	53
Strategisches Management für Executives	54
Strategisches Management in der Praxis	56
Business Development: Neue Strategien für eine erfolgreiche Zukunft	57
St. Galler Strategie Programm	58
St. Galler Strategieseminar für Familienunternehmen	59
Neue Geschäfte erfolgreich aufbauen	60
Strategische Initiativen zur Zukunftssicherung	61
Wachstum & Wachstums-Beschleunigung	62
Digital Business Transformation	63
Disruption, Innovation, Transformation.	64
Hochleistungsorganisation – World Class Company	65
Wettbewerbsposition ausbauen, Marktanteile gewinnen	66
Strategie & Rolle von Zentralfunktionen	67
Unternehmensstrategie: Wie erarbeiten?	68
Funktionale Strategie: Wie erarbeiten?	69



Künstliche Intelligenz in der strategischen Unternehmensführung

Wie Künstliche Intelligenz für das Strategische Management nutzen?

Durchführungen

2025

Nr. AV0815 **1. Durchführung 2025**
8. – 10. Dezember 2025
Zürich

2026

Nr. AV0816 **1. Durchführung 2026**
23. – 25. März 2026
St.Gallen

Nr. AV0826 **2. Durchführung 2026**
8. – 10. Juni 2026
Frankfurt

Nr. AV0836 **3. Durchführung 2026**
28. – 30. September 2026
München

Nr. AV0846 **4. Durchführung 2026**
30. November – 2. Dezember 2026
St.Gallen

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av08

Zielgruppe (w/m)

- Mitglieder der Geschäftsleitung
- Executives mit Strategie-Aufgaben aus allen Bereichen
- Leitende aus Funktionen, Geschäftsbereichen und Business Units
- Strategieverantwortliche
- Verantwortliche für den Einsatz von KI als Management-Instrument
- Unternehmer:innen

Konzept

Tauchen Sie ein in die Zukunft der Unternehmensführung: „Künstliche Intelligenz in der strategischen Unternehmensführung“ bietet Ihnen einen kompakten, praxisnahen und visionären Überblick über die Potenziale und Risiken von KI für Ihre Führungspraxis. Dieses Seminar richtet sich an Führungskräfte, die mit klarem Weitblick die digitale Transformation mitgestalten wollen.

Themen

KI-unterstützte Analyse der strategischen Ausgangslage

- Datenmodelle zur Strategischen Analyse und zum frühzeitigen Erkennen des Handlungsbedarfs

- Erkennen der Erfolgsfaktoren des eigenen Kerngeschäfts
- Identifikation versteckter Wettbewerbsvorteile

KI-basierte Strategiefindung

- Die Entwicklung strategischer Szenarien mit Hilfe der KI
- Simulation von Wirkungszusammenhängen
- KI als Sparringpartner im Strategiedialog
- KI-gestützte Wettbewerbs-Simulation

KI-gestützte Bewertung strategischer Optionen

- KI-gestützte Entwicklung alternativer strategischer Optionen
- Objektivierung von Risiko-Nutzen-Abwägungen
- Einsatz von KI in der Entscheidungsfindung

Strategieauswahl und KI-Validierung

- Die bestmögliche Strategie finden
- Die Strategie für das Unternehmen, die Geschäftsbereiche und Funktion definieren
- Konsistenzprüfung strategischer Ziele

Organisation und Struktur – KI-unterstützte Fit-Analyse

- Struktur-Fitness mit AI-getriebenen

Analysemodellen

- Anpassung von Governance-Logiken
- Rollenverteilungen und neue Arbeitsformen

Prozesse neu denken mit KI

- KI als Katalysator für neue Organisationsformen
- Identifikation von Automatisierungspotenzialen
- Neue Prozesskategorien durch KI
- Mensch-KI-Zusammenarbeit in Prozessen: Wer macht was?

Kulturwandel und neues Denken

- Konsequenzen der neuen Strategie für Management und Mitarbeiterschaft
- Neugier statt Angst: Wie man Mitarbeitende für KI gewinnt
- Digital Literacy als Führungskompetenz

Führung mit KI

- Führungssysteme und Organisationsgrundsätze KI-gestützt anpassen
- Strategien für den Umgang mit Ablehnung, Frust, Überforderung und „KI-Müdigkeit“
- Umsetzungsgeschwindigkeit messbar und steuerbar machen

Strategisches Management für Executives

Durchführungen

2025

Nr. 30525	5. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. Nov. 2025, Stuttgart
2. Teil	1. – 4. Dezember 2025, Luzern

Nr. 30625	6. Durchführung 2025
1. Teil	15. – 18. Dez. 2025, St. Gallen
2. Teil	2. – 5. Februar 2026, Luzern

2026

Nr. 30126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. Februar 2026, München
2. Teil	20. – 23. April 2026, Köln

Nr. 30226	2. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. März 2026, Luzern
2. Teil	20. – 23. April 2026, Köln

Nr. 30326	3. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
2. Teil	7. – 10. September 2026, Berlin

Nr. 30426	4. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Stuttgart
2. Teil	5. – 8. Oktober 2026, Stuttgart

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 9500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/30

Zielgruppe (w/m)

Ziel des auf das Executive Management ausgerichteten Seminars ist, das heute nötige komplexe Strategie-Wissen griffig aufzuzeigen und ein umfassendes Instrumentarium zur Umsetzung zu vermitteln.

1. Mitglieder der Geschäftsleitung und des Vorstands.
2. Unternehmer:innen und Nachfolger:innen.
3. Geschäftsführer:innen, Geschäftsbereichs- und Profit-Center-Leiter:innen, die für ihren Verantwortungsbereich wesentliche Entscheidungen über die Zukunft fällen müssen.
4. Praktiker:innen, die ihre Strategien und Konzepte hinterfragen wollen.
5. Führungskräfte/Projektleiter:innen aus Linie und Stab, die massgeblich in Strategieprojekte und Veränderungsprozesse involviert sind.

Referenten

Die Referenten garantieren aufgrund ihrer Tätigkeit als Top-Managementberater, Wissenschaftler oder oberste Geschäftsleitungsmitglieder ein Höchstmass an Professionalität, Praxis- und Wissenschaftsbezug.

Konzept

Die Dynamik des Wettbewerbs zwingt Unternehmen aller Branchen und jeder Grösse zu permanenten Anpassungsprozessen und damit zu aktivem Veränderungsmanagement.

Dies setzt allerdings ein gesteuertes Zusammenspiel mehrerer Faktoren der strategischen Unternehmensführung voraus:

Visionen, die begeistern; akzeptierte normative Vorgaben; Stossrichtungen, die erkennbar in die richtige Richtung führen; kundennahe Geschäftsfeldgliederungen; kostenoptimale Strukturen und Prozesse; innovative Marketingkonzepte, die bestehende Marktpositionen stärken und neue, z. B. digitale, Märkte erschliessen.

Aber auch eine Unternehmenskultur, welche die Lernfähigkeit fördert, Anreizsysteme, die das unternehmerische Denken beflügeln; eine Führung, die Engagement und Leistung auf allen Ebenen ermöglicht.

Dazu braucht es Führungskräfte, die strategische Führung im Zusammenhang verstehen, die befähigt sind, mit ihren Mitarbeitern strategische Konzepte zu formulieren, Handlungsoptionen aufzuzeigen und Massnahmen zielgerichtet und motivierend zu initiieren und umzusetzen.

Themen im Überblick

- **Strategische Analysen für disruptive Zeiten**
- **Handlungsoptionen für die Zukunft**
- **Künstliche Intelligenz im Strategieprozess**
- **Strategien zur Zukunftssicherung**
- **Strategien in besonderen Situationen**
- **Structure follows Strategy, Lean Organization**
- **Hochleistung dank Kultur, Struktur und Performance**
- **Konsequente Strategieumsetzung**

Umsetzung

Da sich der Erfolg von Strategien erst in der Umsetzung und Verwirklichung der geplanten Massnahmen niederschlägt, wird diesem Themenbereich besondere Bedeutung zugemessen.

Mittels u.a. realer Case Studies zeigen die Referenten, mit welchen Controlling- und Planungsinstrumenten definierte Ziele auch unter schwierigen Umständen erreicht und durchgesetzt werden können.

Themen

Das Strategie-Konzept

- Strategisches Management als Navigationsinstrument für die Zukunft: Management in turbulenten Zeiten
- Customer Focus, Shareholder Value & Mitarbeiterorientierung als Kern langfristiger Überlebensfähigkeit
- Die Phasen wirkungsvoller Strategieentwicklung

Strategische Analysen: Märkte der Zukunft

- Die aktuellen Analyseinstrumente und Techniken zur raschen Bestimmung der Ausgangslage
- Die heutige Marktposition und Konkurrenten richtig einschätzen
- Was machen «Hidden Champions» besser?
- Den Mächtigen aus dem Weg gehen und eigene Märkte schaffen?
- Vom Kundenproblem zur kreativen Geschäfts- und Marktdefinition
- Digitale Wettbewerber: Von den Besten lernen
- Aktiv Substitutionen begegnen, Innovationen steuern

Künstliche Intelligenz

- Die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz für Analyse, finden und

bewerten von Optionen und Implementieren der bestmöglichen Strategien nutzen

Handlungsoptionen für die Zukunft

- Grund- und Geschäftsstrategien: Mehr Kundennutzen – mehr Marge
- Geschäftsideen der Digitalisierung gekonnt nutzen
- Denken in Alternativen und Szenarien: Was ändert sich künftig?
- Aufbau unverwechselbarer Produkte und Dienstleistungen: Customer Experience Management – Einzigartigkeit, Differenzierung
- Start-up Konzepte für Etablierte

Strategien in besonderen Situationen

- Von Erfolgsstrategien in stagnierenden Branchen zum Endkampf in schrumpfenden Märkten
- Mithalten in stark wachsenden Märkten – Technologie als Treiber
- Wettbewerbsstrategien auf Konzern-ebene und in multinationalen Unternehmen

Structure follows Strategy

- Strukturen, die unternehmerische Konzepte fördern: Verselbstständigungskonzepte
- Flexibilität und Kundennähe durch Abkehr von Grossorganisationen

- Revitalisieren von Unternehmen, neue leistungsfähige Organisationsformen, Führung 4.0

Strategisches Controlling

- Strategische Schiefhlagen frühzeitig erkennen
- Szenarien, Trends und Annahmen monitoren
- Das eigene Risikomanagement überprüfen
- Disruption und die zerstörerische Kraft neuer Geschäftsmodelle nicht unterschätzen
- Strategische Chancen erkennen
- neue Märkte, neues Wachstum und neues Ebit-Potenzial schaffen

Hochleistungs-Organisation

- Was braucht es, um Massstäbe in Punkto Produktivität, Performance und Wettbewerbsfähigkeit zu setzen?
- Welche Strukturen und Prozesse passen einerseits zur Strategie, zur Unternehmenskultur, zu den vorhandenen Kompetenzen?
- Strukturgestaltung und Fähigkeitsentwicklung in Zeiten grossen Wandels

- Business Excellence und Digital Readiness als Kernkompetenz für eine erfolgreiche Strategieumsetzung

Strategien in Markterfolg überführen

- Strategische Ziele im Absatzkonzept umsetzen
- Potenzialausschöpfung, Kundenrentabilität und ungenutzte Potenziale: die «ungehobenen Schätze» unseres Unternehmens sichtbar machen

Change und Transformation

- Fit für Wandel: Wo stehen wir?
- Agilität: Ein neuer Modebegriff oder ein erfolgreiches Umsetzungs-Konzept?
- Die erfolgreiche, strategiekonforme Veränderung des Unternehmens
- Implementierung der neuen Strategie als Herausforderung für das Management

Führung in der Umsetzung

- Die Anwendung neuer Führungsprinzipien bei der Umsetzung von Strategien



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch:** www.sgbs.com/e30

Strategisches Management in der Praxis

Durchführungen

2025

Nr. 31525 **5. Durchführung 2025**
10. – 13. November 2025
Stuttgart

Nr. 31625 **6. Durchführung 2025**
15. – 18. Dezember 2025
St.Gallen

2026

Nr. 31126 **1. Durchführung 2026**
2. – 5. Februar 2026
München

Nr. 31226 **2. Durchführung 2026**
16. – 19. März 2026
Luzern

Nr. 31326 **3. Durchführung 2026**
22. – 25. Juni 2026
Lenzerheide

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 5500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch
in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine
und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/31

Zielgruppe (w/m)

- Mitglieder der Geschäftsleitung und des Vorstands
- Executives mit strategischer Verantwortung
- Leiter wichtiger Funktionen, Bereichsleiter, Profit-Center-Verantwortliche, Leiter grosser Projekte

Konzept

Wer angesichts der digitalen Herausforderungen und des Wandels in vielen Branchen wesentliche strategische Entscheidungen trifft, entscheidet über Erfolg oder Misserfolg in der Zukunft. Es sind genau diese Entscheidungen, die über das Wohlergehen des Unternehmens und seines Nutzens für Kunden, Mitarbeitende und Kapitalgeber entscheiden. Wie erarbeitet man die bestmögliche Strategie? Wie setzt man sie um?

Themen

Strategisches Management als Führungsaufgabe

Strategische Führung ist Aufgabe der für den Erfolg verantwortlichen Führungskräfte und Entscheider. Die vorbereitende

Ausarbeitung von Analysen, Geschäftsmodellen und Plänen ist zwar an nachgelagerte Führungsebenen delegierbar. Nicht so jedoch die finale Beurteilung der Ausgangslage, das Erkennen des Handlungsbedarfs sowie die zentralen Entscheidungen über die Zukunft des Unternehmens, seiner Geschäftsfelder, Töchter oder Business Units. Die dafür verantwortlichen Führungskräfte müssen daher ihre «Leitplanken-Verantwortung» wahrnehmen und einen Denk- und Diskussionsprozess über erfolgsversprechendste Strategien, die der Unberechenbarkeit der Märkte Rechnung tragen, in Gang zu setzen.

Herausforderungen, Ausgangslage, Handlungsbedarf

Die Herausforderungen sind gewaltig: Die neuen geopolitischen Realitäten, ständig wechselnde politische und ökonomische Rahmenbedingungen, neue Technologien, Disruption und Digitalisierung, Künstliche Intelligenz als ‚Game-changer‘, neue Werte und Arbeitsformen.

Bei der Beurteilung der Ausgangslage und des relevanten Handlungsbedarfs sind beinahe schon klassische «Fallen» zu umgehen:

- Chancen, die sich aus neuen Kundenbedürfnissen, Technologien und Marktkonstellationen ergeben, dürfen nicht wegen zögerlichen Verhaltens verpasst werden.
- Bedrohungen sollten ernst genommen werden

- Wird der Zwang zur Veränderung erkannt und akzeptiert, so darf die zeitliche Brisanz keinesfalls unterschätzt werden. Oft bleibt wenig Zeit!

Strategie als Leitplanke

Erfolgreiche Führungskräfte sind sich dieser Fallen bewusst. Sie stellen sich diesen Herausforderungen. Denn Sie wissen: erst durch klare normative Vorgaben und strategische Weichenstellungen entstehen jene Freiräume, die Dynamik, Selbstorganisation und unternehmerische Resultate auf nachgelagerten Ebenen nicht nur zulassen, sondern geradezu herausfordern.

Nur die bestmöglichen Strategien sind gut genug

- Die bestmögliche Strategie entscheidet über die Zukunft des Unternehmens, der Arbeitsplätze, der Zufriedenheit der Mitarbeitenden, Eigner, der Anspruchsgruppen.
- Wie findet man die bestmögliche Strategie? Welches Vorgehen ist das richtige? Welche Strategien sind umsetzbar, welche nicht?

Dazu gehören Vision, Mission, Unternehmens-, Geschäfts- und Funktionstrategien, Digitalstrategie, Verteidigung und Ausbau der Marktpositionen, Innovation, Einstieg in neue Märkte, Start-ups, Weichenstellungen zu Investitionen, Finanzen, Strukturen, HRM und M&A.



Für englischsprachige Führungskräfte
gibt es dieses Programm auch
in Englisch: www.sgbs.com/e31

Business Development: Neue Strategien für eine erfolgreiche Zukunft

Durchführungen

2025

Nr. 57425 **4. Durchführung 2025**
1. – 3. Dezember 2025
Köln

2026

Nr. 57126 **1. Durchführung 2026**
9. – 11. Februar 2026
München

Nr. 57226 **2. Durchführung 2026**
2. – 4. März 2026
Zürich

Nr. 57326 **3. Durchführung 2026**
29. Juni – 1. Juli 2026
Rottach-Egern

Nr. 57426 **4. Durchführung 2026**
28. – 30. September 2026
Zürich

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch
in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine
und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/57

Zielgruppe (w/m)

1. Geschäftsführer, obere Führungskräfte und Spezialisten, die sich mit Strategien für eine erfolgreiche Zukunft beschäftigen.
2. Strategen und Business Developer, die nach innovativen Tools und Impulsen zur Entwicklung von Geschäftsmodellen und der Etablierung von Start-Ups innerhalb des eigenen Unternehmensverbands suchen.
3. Verantwortliche zentraler Funktionen.

Konzept

In diesem hochkarätigen Seminar zeigen wir, wie Unternehmen dank starkem Business Development den Erfolg sichern: Mehr Wachstum. Mehr Profitabilität. Mehr Motivation. Mehr Unternehmenswert. Die Teilnehmenden lernen, wie das Rapid Prototyping neuer Geschäftsansätze und deren kritische Evaluation funktioniert. Es zeigt auch, welche Formen von Führung, Organisation und Kultur erforderlich sind, um nachhaltig erfolgreich innovativ zu sein.

Themen

Die Herausforderung annehmen

- Die Notwendigkeit für Business Development: Überlebensnotwendig, wünschenswert oder zu gefährlich?
- Welche Stakeholder, Tools und Prozesse fördern neue Geschäftsmodelle?
- Ansätze für agiles, dynamisches Business Development

Den Markt machen oder marktgetrieben sein?

- Märkte machen ist besser als durch Disruption getrieben werden
- Neue Technologien für neue Geschäftsmodelle
- Soziale wie politische Megatrends als Basis für Innovation
- Innovationsführer im Geschäft der Zukunft

Prozessbeschleuniger für die Ideen-Entwicklung

- Die Toolbox der Berater und der Wissenschaft
- Denkschulen mit ihren Vor- und Nachteilen
- Prozessbeschleuniger für die Ideenentwicklung nutzen
- Das richtige Tool-Set selbst anwenden

Geschäftsideen erkennen und bewerten

- Die Methodik zur Entwicklung neuer Geschäftsideen
- Geschäftsideen bewerten, Potenziale erkennen, Ungeeignetes ausfiltern
- Die Unzulänglichkeit klassischer Business Cases: Praxisbeispiele

New Business-Momentum generieren

- Kompetenzen aus allen Bereichen des Unternehmens einbinden
- Das Prinzip des kreativen Verstärkens
- Die Begeisterung für neue Geschäftsmodelle fördern
- Der «Winning Spirit» des Business Developments

Das Innovations-Ökosystem

- Innovative Strukturen
- Innovationsunterstützende Prozesse
- Agile Führungskonzepte, Anreizsysteme und Kooperationen

Business Innovation und Unternehmenswert

- Hohes, nachhaltiges Wachstum als Treiber des Unternehmenswerts
- Business Development und Wertsteigerung

E Für englischsprachige Führungskräfte
gibt es dieses Programm auch
in **Englisch**: www.sgbs.com/e57

St. Galler Strategie Programm

Das beste Strategiewissen. Mit Implementierung.

Durchführungen

2025

Nr. 34725	6. Durchführung 2025
1. Teil	15. – 18. Dezember 2025, St. Gallen
2. Teil	23. – 25. März 2026, Davos

2026

Nr. 34126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. Februar 2026, München
2. Teil	23. – 25. März 2026, Davos

Nr. 34226	2. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. März 2026, Luzern
2. Teil	8. – 10. Juni 2026, Bregenz

Nr. 34326	3. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
2. Teil	5. – 7. Oktober 2026, Brunnen

Nr. 34426	4. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Stuttgart
2. Teil	5. – 7. Oktober 2026, Brunnen

Dauer: 4 + 3 Tage

Seminargebühr: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/34

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte mit strategischer Verantwortung
2. Executives, die strategische Entscheidungen treffen müssen
3. Verantwortliche für Business Units und Geschäftsbereiche, die ihre Strategien vermehrt mit dem eigenen Team und nicht extern erarbeiten wollen
4. Spezialistinnen und Spezialisten, Leitende aus Strategieplanung, Verantwortliche aus Zentralfunktionen

Aufbau

Teil 1: Aktuelles und bewährtes Wissen zum Strategischen Management. Das St. Galler Strategie-Seminar. 4 Tage.

Teil 2: Strategie-Umsetzung; Transformation: Die notwendigen Veränderungen gemeinsam umsetzen. Change Management. 3 Tage.

Konzept

Das St. Galler Strategie-Programm bietet neues Wissen und Umsetzung in der Praxis.

- Eine gute Strategie zeigt den notwendigen Handlungsbedarf
- Sie zeigt die Chancen, die man unbedingt ergreifen muss, um neues Wachstum und neue Gewinnpotenziale zu schliessen
- Sie respektiert, dass Mittelmass keine Zukunft hat und jedes Unternehmen dort einzigartig sein muss, wo es für die Kunden wirklich relevant ist.
- Eine gute Strategie hilft, den Fokus auf starke Positionen in attraktiven Märkten zu legen und sich von anderen Mitläufer-Positionen zu trennen.
- Sie bezieht die Menschen mit ein und erbringt einen höchstmöglichen Nutzen: Für Kunden; für die Gesellschaft; für Mitarbeitende und natürlich für Aktionäre, Eignerinnen und Eigner.

Dieses grosse und fundierte Strategiewissen präsentieren wir Ihnen in diesem St. Galler Strategie Programm.

Themen

KI unterstützte Strategien

Wie künstliche Intelligenz den Prozess der Strategischen Analyse und des Findens bestmöglicher Strategien aktiv unterstützen kann

Strategie-Audit

Die Strategische Position heute. Die ungenutzten Potenziale. Die Wachstums- und Rentabilitäts-Position.

Strategischer Handlungsbedarf

Früherkennung von Signalen zur Entwicklung des Kerngeschäfts. Wo verteidigen, wo ausbauen, wo sich gekonnt zurückziehen?

Strategische Ziele

Was treibt das Unternehmen, seine Führungskräfte und Mitarbeitenden an? Wie spürt man gelebte Werte, Zwecksetzung, Mission, Vision?

Zukunft anpacken

Vision Screening: Welche der denkbaren Zukünfte bietet die besten Chancen, passt zu unseren Kompetenzen und bietet uns eine hohe Realisierungschance?

Unsere Strategie

Was wollen wir in Zukunft sein? Was ganz bewusst nicht? Bewertung und Selektion. Präzise Strategieformulierung.

Umsetzungsbarrieren und Umsetzen

Change Management und gekonnte Transformation: Wie vorgehen, um das Gewollte auch tatsächlich zu erreichen?

Strategisches Controlling

Inhalte und Methodik des Strategischen Controllings

St. Galler Strategieseminar für Familienunternehmen

Die Strategie für das Unternehmen bestimmen. Aktive Zukunftssicherung.

Durchführungen

2025

Nr. KMU2855	5. Durchführung 2025
1. Teil	15.–18. Dez. 2025, St.Gallen
2. Teil	2.–3. Juli 2026, St.Gallen

2026

Nr. KMU2816	1. Durchführung 2026
1. Teil	2.–5. Februar 2026, München
2. Teil	2.–3. Juli 2026, St.Gallen

Nr. KMU2826	2. Durchführung 2026
1. Teil	16.–19. März 2026, Luzern
2. Teil	2.–3. Juli 2026, St.Gallen

Nr. KMU2836	3. Durchführung 2026
1. Teil	22.–25. Juni 2026, Lenzerheide
2. Teil	2.–3. Juli 2026, St.Gallen

Dauer: 4+2 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/kmu28

Aufbau

Teil 1: Strategisches Management. Das Unternehmen erfolgreich in die Zukunft führen. 4 Tage.

Teil 2: Die Stärken des Familienunternehmens bewusst ausspielen. 2 Tage.

Zielgruppe (w/m)

1. Unternehmerinnen und Unternehmer, Aktionäre und Gesellschafter aus KMU und Mittelstand.
2. Geschäftsführer und oberste Führungskräfte aus KMU und Mittelstand, die für die strategische Führung des Unternehmens verantwortlich sind.
3. Executives, die bewusst Weichen stellen und die Investitionen nach klaren Prioritäten setzen wollen.
4. Leitende Führungskräfte, die das modernste und beste Wissen zum Strategischen Management suchen.

Konzept

Die Strategie des Unternehmens sowie die nachgelagerten Teil-Strategien lenken das Unternehmen in eine bestimmte gewollte Richtung. Die Verantwortung des Managements besteht darin, die besten aller möglichen Wege für eine erfolgreiche Zukunft zu finden und mit einem engagierten Managementteam und einer motivierten Mitarbeiterschaft zu begehen.

Dazu gibt es Erkenntnisse:

Aus der Wissenschaft. Aus der Praxis. Best Practices als Vergleich mit den

Besten und Erfolgreichsten. Dieses Seminar bringt Sie auf den neuesten Stand zum Thema «Strategien erarbeiten und umsetzen».

Themen

Strategisches Management

Das Unternehmen oder Teilbereiche gelingt in die richtige Zukunft führen. Wie Strategien erarbeitet und umgesetzt werden.

Was Eigner und Top Management wollen

Die Instrumente des normativen Managements richtig einsetzen.

Markt, Branche Wettbewerb

Die Bedeutung der Rahmenbedingungen und der Spielregeln der Branche und des Wettbewerbs für Wachstum und Rentabilität des einzelnen Unternehmens.

Den Weg in die Zukunft bestimmen

Vision, Business Mission, Werte, Leitplanken und oberste Zielvorgaben weisen den Weg in die Zukunft. Es braucht sie, damit alle in die richtige Richtung arbeiten können.

Strategien für das bestehende Geschäft

Was aus den heutigen Geschäften werden soll. Ausarbeitung detaillierter Strategien: Der Unterschied zwischen

einer guten und einer schlechten Strategie bestimmt über Prosperität oder Untergang. Wie werden die bestmöglichen Strategien erarbeitet?

Hidden Champions

Wie in Nischen extrem erfolgreiche Marktführer entstehen, wie sie ihre Position verteidigen und ausbauen.

Business Development und neue Geschäftsmodelle

Wie neue Geschäftsmodelle und Innovation den Erfolg mittelfristig sichern.

Was Profitabilität und Rentabilität steigert

Wie neue Strategien Profitabilität und Rentabilität fördern oder gefährden. Mehr Nutzen – Mehr Erfolg. Wie der Kundennutzen durch «added value-Konzepte» immer wieder gesteigert werden muss, um die Gewinnmarge zu sichern oder zu verbessern.

Die Strategien umsetzen

Der aufwendigste Teil des Strategischen Managements ist deren Umsetzung. Viele Barrieren erschweren die Umsetzung. Was braucht es, um das Gewollte auch wirklich Realität werden zu lassen? Wie aus neuen Strategien neue Anforderungen an Fähigkeiten, Bereitschaft zu Wandel und Motivation dank Leadership entstehen.

Neue Geschäfte erfolgreich aufbauen

Durchführungen

2025

Nr. 97425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 11. Dezember 2025, Davos
2. Teil	23. – 26. März 2026, Davos

2026

Nr. 97126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 12. Februar 2026, St. Gallen
2. Teil	23. – 26. März 2026, Lenzerheide

Nr. 97226	2. Durchführung 2026
1. Teil	4. – 7. Mai 2026, St. Gallen
2. Teil	15. – 18. Juni 2026, Rottach-Egern

Nr. 97326	3. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, München
2. Teil	5. – 8. Oktober 2026, Berlin

Nr. 97426	4. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 12. November 2026, St. Gallen
2. Teil	7. – 10. Dezember 2026, St. Gallen

Nr. 97526	5. Durchführung 2026
1. Teil	15. – 18. Februar 2027, München
2. Teil	15. – 18. März 2027, München

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/97

Zielgruppe (m/w)

1. Führungskräfte und Spezialist:innen aus Innovation, F&E, Marketing, Verkauf und Vertrieb
2. Leistungsträger:innen, die neue Geschäfte aufbauen und mit einem starken Verkauf und professionellen Vertrieb erfolgreich am Markt umsetzen wollen.

Nutzen

Sie lernen die Erfolgsprinzipien des Neugeschäft-Management und die notwendigen Veränderungen in einem überzeugenden Verkaufs- und Vertriebskonzept, inklusive neuen Ansätzen des Online- und internetbasierten Verkaufs.

Konzept

Erfolgreiche Unternehmen erkennen den Wandel und sind selbst Speerspitze der Veränderung. Mit weitreichenden Konsequenzen: Die Digitalisierung erfordert neue Geschäftsmodelle. Oft braucht es auch eine neue Verkaufs- und Vertriebsstrategie. Wer Kundenwünsche auf eine ganz andere Art befriedigen will und dafür innovative neue Geschäftsideen sucht, muss häufig auch Verkauf und Vertrieb weiterentwickeln oder verändern.

Themen

Neue Geschäfte für eine erfolgreiche Zukunft

- Die Treiber der Veränderung
- Die eigene Rolle im Veränderungsprozess

Geschäftsideen entwickeln und bewerten

- Neue Geschäftsideen entwickeln
- Geschäftsideen bewerten

Neue Geschäftsmodelle entwerfen

- Wie entsteht aus der Geschäftsidee ein Geschäftsmodell?
- Beispiele und Erfolgsprinzipien

Die Innovations- und Aufbaustrategie

- Die Formulierung der Innovations- und Aufbaustrategie
- Entwicklung, Marktvorbereitung, Markteintritt
- Die Aufbauphase

Verkaufskonzept und Vertriebsstrategie

- Konsequenzen eines neuen Geschäftsmodells für das Verkaufskonzept
- Neue, zusätzliche und allenfalls konkurrenzierende Verkaufskanäle
- Anpassung der Vertriebsstrategie
- Ausbau von Verkauf und Vertrieb zu einem Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen

Kundennutzen als Fokus

- Customer Value: Die kompromisslose Ausrichtung auf den Kundennutzen
- Mehr Leistung – höhere Preise: Die Premiumstrategie

Markterfolg dank Kundenmanagement

- Verkauf und Vertrieb als Erfolgsfaktor des Unternehmens
- Kundenpotenziale noch besser nutzen
- Nichtkunden gewinnen
- Kundenbeziehungen steuern und sichern
- Aktives Beziehungsmanagement: Kunde wirbt Kunde
- Beschwerdemanagement: Aus verärgerten Kunden Fans machen
- Lost Customer: Verloren gegangene Kunden rückgewinnen

Worldclass Sales

- Die herausragende Bedeutung des Verkaufs und Vertriebs für den Erfolg am Markt
- Den Wettbewerb dank eines Worldclass Sales gewinnen
- Dynamisierung der Verkaufs- oder Vertriebsorganisation
- Die Wirkung der eigenen Verkaufsmassnahmen weiter ausbauen

Strategische Initiativen zur Zukunftssicherung

Die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft heute stellen.

Durchführungen

2025

Nr. AV2065	5. Durchführung 2025
1. Teil	15. – 18. Dezember 2025, St.Gallen
2. Teil	Anwendung, Selbststudium
3. Teil	11. – 12. Juni 2026, St.Gallen

2026

Nr. AV2016	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. Februar 2026, München
2. Teil	Anwendung, Selbststudium
3. Teil	11. – 12. Juni 2026, St.Gallen
Nr. AV2026	2. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. März 2026, Luzern
2. Teil	Anwendung, Selbststudium
3. Teil	11. – 12. Juni 2026, St.Gallen
Nr. AV2036	3. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
2. Teil	Anwendung, Selbststudium
3. Teil	23. – 24. November 2026, St.Gallen

Dauer: 4 Tage Seminar
1 Tag Anwendung im Selbststudium
2 Tage Vertiefung in St. Gallen

Seminargebühr: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av20

Zielgruppe (w/m)

Teilnehmende dieses Seminars sind Führungskräfte aus renommierten Unternehmen, Konzernen, Hidden Champions und erfolgreichen Firmen des Mittelstands, die sich intensiv mit der Erarbeitung bestmöglicher Strategien für Geschäftsbereiche und Business Units sowie Funktionen und, darauf aufbauend, mit den effektivsten Strukturen und Change-Management Aufgaben beschäftigen.

Seminarziele

Wie soll das verantwortliche Management strategisch führen, um nicht nur die Gegenwart zu optimieren, sondern auch die Zukunft zu sichern? Dieses Strategieseminar zeigt, wie Strategisches Management mit kürzer werdendem Zeithorizont, schnellem Wandel und unberechenbarem Umfeld in der Praxis funktioniert.

Konzept

Strategien sind Weichenstellungen. Sie beinhalten Entscheidungen, die nicht so schnell wieder abgeändert werden können und die Unternehmung für einen gewissen Zeitraum binden. Bis eine strategische Entscheidung umgesetzt wird und sie die gewünschte Wirkung zeigt, ver-

gehen oft Jahre. Ehrgeizige Strategien sind somit meist eine Investition in die Zukunft. Das Problem dabei: Die Aktionäre, Unternehmer und Aufsichtsorgane geben dem Management immer weniger Zeit, um zu beweisen, dass ihr Kurs der richtige ist. Es braucht Implementierung und Stärke in der «Execution». Das Bindeglied zwischen einer präzise formulierten «Erfolg versprechenden Strategie» und deren Umsetzung sind die «Strategischen Initiativen». Sie ermöglichen es, die Implementierung auf mehrere Leistungsträger aufzuteilen und Zeit in der Realisierungsphase zu gewinnen.

Mit Vertiefungs-Teil: Strategisches Management

Wie wird die aktuelle Strategie eines Unternehmens, eines Geschäftsfelds oder einer Business Unit überprüft? Wie werden funktionale Strategien, Strategien für Produkte, Länder oder Zielsetzungen aufeinander abgestimmt? Wie wird mit Strategischen Initiativen in eine erfolgreiche Zukunft gesteuert?

Themen

— Strategisches Management im Wandel: Umgang mit den wirklich relevanten Veränderungen: Geopolitik, Rahmenbedingungen, Künstliche Intelligenz und andere

- Strategische Dynamik: Paradigmenwechsel von aussen, Veränderungsdruck aber auch von innen
- Gibt es noch dauerhaft rentable Markt- und Wettbewerbspositionen?
- Wie werden Kerngeschäfte angegriffen, wie verteidigt?
- Lohnt sich Business Development, oder sind die Flopraten zu hoch?
- Kann die Rentabilität einer Branche dauerhaft konstant bleiben oder ist eine Margenerosion der logische Weg?
- Wieviel Konstanz und wieviel Wandel ist die ideale Mischung?
- Welche Methoden und Denkmuster haben sich im Strategischen Management bewährt?
- Warum es für die erfolgreiche Umsetzung der Strategie immer auch die passende Organisationsstruktur braucht
- Wie neue Strategien oft auch zu veränderten Prozessen führen
- Wie kann ein bedeutender Strategiewechsel mit einer Vielzahl an Mitarbeitern gemeinsam bewirkt werden?
- Was «Nachhaltiges Transformations-Management» beinhaltet
- Die wesentlichen Schritte eines gekonnten Change Managements

Wachstum & Wachstums-Beschleunigung

Wachsen aus eigener Kraft. Wachsen dank Mergers & Acquisitions.

Durchführungen

2025

Nr. 94425	4. Durchführung 2025
1. Teil	1. – 3. Dezember 2025, Köln
2. Teil	4. – 6. Mai 2026, Zürich

2026

Nr. 94126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 11. Februar 2026, München
2. Teil	4. – 6. Mai 2026, Zürich

Nr. 94226	2. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 4. März 2026, Zürich
2. Teil	4. – 6. Mai 2026, Zürich

Dauer: 3 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/94

Zielgruppe (w/m)

1. Oberste und obere Führungskräfte, die für Umsatzwachstum und Ergebnissteigerung verantwortlich sind
2. Führungskräfte, die neuestes Wissen zu internem und externem Wachstum suchen
3. Verantwortliche für Mergers & Acquisitions

Aufbau

Teil 1: Wachstum mit neuen Geschäftsmodellen. 3 Tage.

Teil 2: Wachsen durch Zukauf: Desinvestition durch Verkauf. Finanzielle Bereinigung des Geschäfts-Portfolios durch Mergers & Acquisitions. 3 Tage.

Konzept

Wachstum kann für das Überleben eines Unternehmens entscheidend sein. In einem solchen Umfeld reicht es nicht, mit dem Markt zu wachsen. Es braucht eine Wachstumsperspektive, eine Wachstumsbeschleunigung und sicher auch Wachstumssprünge.

Für eine glaubwürdige Wachstumsperspektive und die Wachstumsbeschleunigung braucht es neues Geschäft: Neue Geschäftsmodelle für neuen Kundennutzen und die Zuversicht, neue Märkte mit starken, rentablen zukünftigen Marktpositionen schaffen zu können. Für Wachstumssprünge hingegen braucht es Mergers & Acquisitions: Den gekonnten Zukauf oder Wert schaffende Fusionen.

Gleichzeitig braucht es aber auch die Trennung von Geschäften, die unrentabel sind und auch dauerhaft unrentabel sein werden. Es braucht eine strategisch weitsichtige und mutige Bereinigung des Geschäftsportfolios. Geschäfte, die weder Kerngeschäft noch strategisch relevantes Aufbaugeschäft darstellen, sollten verkauft werden.

Themen

Megatrends, Disruption

- Die Entwicklung der Attraktivität einzelner Märkte im Zeitablauf
- Gesetzmässigkeiten der Branchenrentabilität
- Wie rentable Geschäfte durch Disruption verkümmern

Wachstum dank Business Development

- Neue Marktpotenziale erkennen
- Neue Märkte schaffen
- New Business Development

Strategie und Wachstumsziele

- Marktchancen und Kundenbedürfnisse als Ausgangspunkt erfolgreicher Unternehmensentwicklung
- Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle
- Geschäftsideen, Innovationen, Startups

Kerngeschäft, Aufbaugeschäft und Desinvestition

- Das Portfolio an Geschäften finanziell analysieren
- Finanz-Strategie: Wie sichern, wo expandieren, wo neu aufbauen, wo desinvestieren
- Vorgaben an das M&A

Externes Wachstum durch Mergers & Acquisitions

- Erfolgsprinzipien beim Zukauf von Unternehmen
- Geschäftsbereiche oder Firmen kaufen oder verkaufen: Wie vorgehen
- Die Fusion als Instrument der Verteidigung und des Wachstums

Die Strategische Position durch M&A stärken

- Marktanteile zukaufen, lebensfähige Grösse erreichen
- Dauerhafte Wettbewerbsvorteile
- Schneller Eintritt in neue Märkte, Länder, Zielgruppen

Ablauf eines Kaufs oder Verkaufs

- Ein M&A-Projekt vorbereiten
- Aktive Suche nach Übernahmekandidaten oder Käufern
- Due Dilligence, Kaufprozess
- Erfolgreiche Umsetzung

Digital Business Transformation

Durchführungen

2025

Nr. 37425	4. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 12. November 2025, Zürich
2. Teil	1. – 3. Dezember 2025, Köln
Nr. 37525	5. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 12. November 2025, Zürich
2. Teil	9. – 11. Februar 2026, München

2026

Nr. 37126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 11. Februar 2026, München
2. Teil	23. – 25. Februar 2026, Davos
Nr. 37226	2. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 4. März 2026, Zürich
2. Teil	22. – 24. April 2026, München
Nr. 37326	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Jun. – 1. Jul. 2026, Rott.-Egern
2. Teil	26. – 28. August 2026, St.Gallen

Dauer: 3 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/37

Zielgruppe (w/m)

1. Vorstände, Mitglieder der Geschäftsleitung und Führungskräfte aus allen Bereichen von Unternehmen, für welche der digitale Wandel eine grosse Herausforderung darstellt
2. Führungskräfte und Spezialist:innen, die den digitalen Wandel im Unternehmen forcieren oder unterstützen

Aufbau

Teil 1: Business Development

Die digitale Herausforderung erkennen. Disruption, neue Geschäftsmodelle, die eigene digitale Strategie.

Teil 2: Digitale Transformation

Die digitale Herausforderung annehmen. Die Digitalisierung im eigenen Unternehmen vorantreiben.

Konzept

Digitalisierung ist heute zum zentralen Thema geworden. Es gibt keine Branche, die davon nicht betroffen wäre. Digitalisierung wird zur obersten und zentralen Management-Aufgabe, denn die Auswirkungen auf angebotene Endprodukte und Services, Marketing, Vertrieb, Wertschöpfungsketten, Prozesse,

Strukturen und Führungsverständnis sind enorm. Kurz: Das ganze Unternehmen ist betroffen und muss vielfach umgebaut und transformiert werden.

Vor diesem Hintergrund benötigen Führungskräfte Digital Business-Know-how. Führungskräfte müssen wissen, wo Chancen und Gefahren lauern, wie ein bestehendes Geschäftsmodell digitalisiert oder völlig neu erfunden wird, welchen neuen Kundenbedürfnisse welche Märkte mit welchen Erlösmodellen schaffen. Erfolgreich zu digitalisieren heisst auch, künftig auf eine ganz andere Art der Führung zu setzen. Gefordert ist ein Wandel zu einem agilen Unternehmen.

Themen

Business Development

- Die digitale Herausforderung: Was sich für die einzelne Branche ändert
- Die digitale Bedrohung: Wie Disruption ganze Branchen zerstört und wie man erkennen kann, ob die eigene Branche betroffen ist
- Die digitale Chance: Wer rechtzeitig die Chancen nutzt, wird zum neuen Marktführer
- Business Development als wesentlicher Teil der strategischen Ausrichtung des Unternehmens
- Künstliche Intelligenz als Treiber

Das Unternehmen digitalisieren

- Best Practices: Die besten Digitalen Geschäftsmodelle
- Die Analyse des eigenen Leistungsportfolios: Wo digitalisieren, wo nicht? Wo KI nutzen?
- Vernetzung mit Kunden, Beeinflussern, Lieferanten, Partnern und Wettbewerbern
- Konsequenzen für die Unternehmensstruktur, das «Operating Model» und die Prozesse
- Die Digitale Strategie entwerfen

Digitalisierung von Marketing, Kommunikation, Vertrieb

- Die Umstellung auf Digitales Marketing
- Branding und Markenstrategie in digitalen Kommunikationskanälen
- Digitale Vertriebskonzepte
- Multichannelling als neue Vertriebsstrategie

Digital Leadership: Die neue Agilität

- Konsequenzen der Digitalisierung für das Thema «Führen und Leadership»
- Das Aufbrechen alter Führungsprinzipien
- Das neue Gleichgewicht zwischen zentraler Führung und Kontrolle und dezentraler Agilität und Selbstorganisation
- Die ideale Führungskraft für das digitale Zeitalter

E Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch:** www.sgbs.com/e37

Disruption, Innovation, Transformation

Advanced Change Management Programm

Durchführungen

2025

Nr. 28425	4. Durchführung 2025
1. Teil	1. – 3. Dezember 2025, Köln
2. Teil	2. – 5. Februar 2026, Luzern

2026

Nr. 28126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 11. Februar 2026, München
2. Teil	20. – 23. April 2026, Köln

Nr. 28226	2. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 4. März 2026, Zürich
2. Teil	20. – 23. April 2026, Köln

Nr. 28326	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Jun. – 1. Jul. 2026, Rott.-Egern
2. Teil	7. – 10. September 2026, Berlin

Nr. 28426	4. Durchführung 2026
1. Teil	28. – 30. September 2026, Zürich
2. Teil	5. – 8. Oktober 2026, Stuttgart

Nr. 28526	5. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 25. November 2026, Stuttgart
2. Teil	14. – 17. Dezember 2026, Luzern

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/28

Zielgruppe (w/m)

Teilnehmende sind Entscheidungsträger, die ihre Kompetenz im Bereich des Veränderungs-Managements weiterentwickeln und ihr Management-Team in notwendige Veränderungsprozesse integrieren wollen.

Teil 1: Business Development und Strategisches Innovationsmanagement zum Aufbau des Geschäfts der Zukunft.

Teil 2: Den Wandel gemeinsam mit den Mitarbeitenden umsetzen: In optimalen Strukturen, effektiven Prozessen und durch gekonntes Change- und Transformations-Management

Nutzen

Sie lernen, notwendige Veränderungen zu erkennen und Strategie und Geschäftsmodell erfolgsorientiert anzupassen oder neu zu entwerfen.

Sie lernen zudem, die anzupassende Transformation zu planen und Wandel gemeinsam mit den Mitarbeitenden umzusetzen.

Konzept

Neue Technologien können den Erfolg des Unternehmens gefährden. Disruption kann eine ganze Branche in Schwierigkeiten bringen – oder aber die Chance für neues Wachstum und neue Geschäfte bieten. In diesem Programm zeigen wir, wie Disruption abläuft und was zu tun ist, um bei der Neuordnung der Märkte zu den Gewinnern zu gehören.

Dieses Advanced Change Management Programm legt dar, wie dieser Weg vom Management optimal geplant und zu begehen ist. Das Programm zeigt, wie bei extern und intern ausgelösten oder zu erwartenden Veränderungen Gegensteuer gegeben werden kann. Sie trainieren, wie durch Versuch und Irrtum und Selbstorganisation Anpassungen vorgenommen werden können und wie anschliessend der Prozess des Change Managements einzuleiten und zu steuern ist. Ebenso diskutieren Sie Anreizsysteme und Fragen zur Wahl der richtigen Mitarbeitenden, Teams und der optimalen Kommunikation.

Zusätzlich vermitteln die erfahrenen Trainer Instrumente und Kenntnisse über die Transformation des Unternehmens vom Heute in die gewollte Zukunft.

Themen

- Erfolg heute: Wie dauerhaft ist er, was könnte ihn gefährden?
- Erfolg morgen: Welche Veränderungen braucht es?
- Das normative System: Veränderungen aus Eignerlogik und Leitplanken
- Strategie: Strategische Kurskorrekturen als Treiber des Wandels
- Disruption: Ohne neue Geschäftsmodelle keine Zukunft
- Arbeitswelt: Gestresste Mitarbeitende bei unsicherer Zukunft
- Business: Mit was verdienen wir unser Geld in Zukunft?
- Unternehmenskultur: Brauchen wir neue Werte, eine neue Mission und eine neue Kultur?
- Ressourcensteuerung: nach klaren Prioritäten, strategiekonform oder fragwürdig?
- Den relevanten Wandel darstellen, die richtigen Schlussfolgerungen ziehen
- Konsequenzen der Megatrends und des Wandels für Management und Mitarbeiter
- Ist das, was für die Unternehmung richtig ist, von den Mitarbeitern zu leisten?
- Engagement für soziale Anliegen als Teil des Change Managements
- Umsetzen, was umgesetzt werden muss: Die Führungskraft als Change Manager – Change-Prozesse steuern

Hochleistungsorganisation – World Class Company

Durchführungen

2025

Nr. 32525 **5. Durchführung 2025**
1. – 4. Dezember 2025
Luzern

2026

Nr. 32126 **1. Durchführung 2026**
2. – 5. Februar 2026
Luzern

Nr. 32226 **2. Durchführung 2026**
20. – 23. April 2026
Köln

Nr. 32326 **3. Durchführung 2026**
29. Juni – 2. Juli 2026
Brunnen

Nr. 32426 **4. Durchführung 2026**
7. – 10. September 2026
Berlin

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch
in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine
und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/32

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte der oberen Ebenen, die einen umfassenden Überblick über die neuesten Möglichkeiten ganzheitlicher Unternehmensführung erhalten wollen.
2. Geschäftsbereichs-, Business Unit-Verantwortliche und Profit-Center-Leiter, die praktische Umsetzungsmöglichkeiten zur Performancesteigerung ihres Verantwortungsbereichs suchen.
3. Verantwortliche von Zentralfunktionen, die wichtige Gestaltungs- und Entwicklungsaufgaben wahrnehmen.
4. Leistungsträger:innen, die Innovation und neue Konzepte wirkungsvoll umsetzen wollen

Referenten

Die erfahrenen Referenten genügen höchsten Anforderungen und repräsentieren den neuesten Stand des Managementwissens. Das Seminar ist aus der Praxis für die Praxis entwickelt worden. Die vermittelten Erkenntnisse werden methodisch instrumentell unterlegt.

Konzept

Im Mittelpunkt des 4-tägigen Seminars «Hochleistungsorganisation – World Class Company» steht ein systematisches struktur- und prozessorientiertes Konzept zur Leistungs- und Resultatoptimierung eines Unternehmens oder Geschäftes.

Konkrete Handlungsoptionen und Massnahmen zur Ausrichtung einer Unternehmung auf «World Class Niveau» werden auf den Prüfstand gestellt. Anhand zahlreicher Vergleiche mit den erfolgreichen Unternehmen einer Branche wird aufgezeigt,

- wie Umsetzungsstärke entsteht
- welche Konzepte und Vorgehensweisen sich bei führenden Unternehmen bewährt haben
- wie eine markante Verbesserung hinsichtlich economies of scale, scope und Zeit dank evolutionärer oder radikaler Neudefinition von Prozessen und Strukturen entsteht
- auf welche Modelle digitale Angreifer setzen
- wie Innovationspotential konsequent erschlossen und die Produktentwicklung dem Zeitwettbewerb angepasst werden kann
- welche Hemmnisse zu beseitigen sind, um ein Unternehmen erfolgreich zu verändern
- wie Umsetzungshürden auf dem Weg zu einer «neuen» Organisation gekonnt gemeistert werden

Themen

Der World Class Company-Ansatz

- Performanceorientierte Unternehmensführung: Der verschärfte Wettbewerb als Auslöser
- Das Netzwerk der ganzheitlichen Unternehmenssteuerung
- Strukturgestaltung und Fähigkeitsentwicklung: Wie vorgehen? Der Weg zu Innovationsführerschaft und Agilität

Erfolgsversprechende Strukturen, Organisationskonzepte & Prozesse

- Methoden und Instrumente zur Neugestaltung von Geschäftsprozessen
- Wettstreit der Kompetenzen: Evaluation der eigenen Kernkompetenzen
- Wege zu Business Excellence und Digital Readiness

Change Management

- Das Potential echter sich selbst führender Teams: Das Paradigma der Selbstorganisation in Gruppen
- Die Rolle des Managements bei der Förderung des Human-Potentials
- Der Schlüsselfaktor Sozialkompetenz
- Die Elemente des Change Managements: Synthese von Bewährtem und Neuem

E Für englischsprachige Führungskräfte
gibt es dieses Programm auch
in Englisch: www.sgbs.com/e32

Wettbewerbsposition ausbauen, Marktanteile gewinnen

Im Wettstreit um Marktposition und Marktanteil gewinnen.

Durchführungen

2026

Nr. AV6116 **1. Durchführung 2026**
1. Teil 2.–5. Februar 2026, München
2. Teil 4.–7. Mai 2026, Bregenz

Nr. AV6126 **2. Durchführung 2026**
1. Teil 16.–19. März 2026, Luzern
2. Teil 4.–7. Mai 2026, Bregenz

Nr. AV6136 **3. Durchführung 2026**
1. Teil 22.–25. Juni 2026, Lenzerheide
2. Teil 28. Sep.–1. Okt. 2026, Stuttgart

Nr. AV6146 **4. Durchführung 2026**
1. Teil 21.–24. Sep. 2026, Stuttgart
2. Teil 9.–12. November 2026, Luzern

Nr. AV6156 **5. Durchführung 2026**
1. Teil 2.–5. November 2026, Berlin
2. Teil 12.–15. April 2027, Berlin

Nr. AV6166 **6. Durchführung 2026**
1. Teil 14.–17. Dezember 2026, St.Gallen
2. Teil 12.–15. April 2027, Berlin

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av61

Zielgruppe (w/m)

1. Verantwortliche für Markterfolg und Marktpositionen
2. Leiterinnen und Leiter bedeutender Geschäftsbereiche und Business Units und Bereiche
3. Corporate Development Manager:innen
4. Verantwortliche aus Marketing, Verkauf und Vertrieb.

Seminarziele

Dieses Seminar setzt das eigene Unternehmen in einen Bezug zur relevanten Konkurrenz. Die Teilnehmenden lernen, die eigene strategische Position zu analysieren, Handlungsbedarf im Hinblick auf Chancen und Gefahren zu erkennen, darauf aufbauend die optimale Strategie zur Zukunftssicherung für das bestehende Geschäft zu entwerfen und die bestmöglichen Marktpositionen im Geschäft der Zukunft zu planen und aufzubauen.

Konzept

Jede Unternehmung versucht, attraktive Positionen in gewinnbringenden Märkten zu besetzen.

Dafür ist es nötig, sich intensiv mit dem Markt, der Branchenlogik, den Kunden und mit dem Wettbewerb auseinanderzusetzen.

Oft wird dabei vergessen, dass nicht die Mitbewerber von heute, sondern die potenziellen Wettbewerber, die oft aus einer ganz anderen Branche kommen, die wirklich relevante und gefährliche Konkurrenz darstellen. So ist oft gerade diese zukünftige Konkurrenz das Mass aller Dinge, wenn es darum geht, die richtigen Wettbewerbsstrategien für eine erfolgreiche Zukunft zu entwickeln. Dafür braucht es die richtige Strategie und einen starken Vertrieb.

Marktanteile gewinnen

Die Teilnehmenden an diesem Programm kommen aus Unternehmen mit starkem oder steigendem Wettbewerbsdruck. Sie suchen nach Impulsen, um im Wettbewerb dauerhaft erfolgreich zu bestehen.

Themen

- Die optimale Wettbewerbsstrategie
- Der Stellenwert guter Marktpositionen
- Branche und Wettbewerb
- Rentable Marktpositionen in attraktiven Märkten
- Das Portfolio des bestehenden Geschäfts
- Das Portfolio an Neugeschäften
- Was erfolgreiche Marktpositionen auszeichnet
- Welche Marktpositionen wirklich gewinnbringend sind
- Welche Marktpositionen gemieden werden sollten
- Die Unternehmens- und Geschäftsstrategien
- Instrument und Methodik zur Bestimmung der gewollten Marktpositionen
- Mit der richtigen Wettbewerbsstrategie zum Erfolg
- Die eigenen Vorteile in Verkauf und Vertrieb umsetzen
- Verkaufsmanagement
- Wirkungsvolles Kundenmanagement
- Kundenpotentiale nutzen
- Kundenverlust vermeiden
- Neue Kunden gewinnen

Strategie & Rolle von Zentralfunktionen

Für Stäbe, Service Centers, Zentral- und Querschnittsfunktionen.

Durchführungen

2026

Nr. AV5816 1. Durchführung 2026

- 1. Teil 16.–18. Februar 2026, Online
- 2. Teil Anwendung, Selbststudium
- 3. Teil 11.–12. Juni 2026, St.Gallen

Nr. AV5826 2. Durchführung 2026

- 1. Teil 15.–17. Juni 2026, Online
- 2. Teil Anwendung, Selbststudium
- 3. Teil 23.–24. November 2026, St.Gallen

Nr. AV5836 3. Durchführung 2026

- 1. Teil 19.–21. Oktober 2026, Online
- 2. Teil Anwendung, Selbststudium
- 3. Teil 23.–24. November 2026, St.Gallen

Dauer: 3 Tage Online-Seminar

- 1 Tag Anwendung im Selbststudium
- 2 Tage Vertiefung in St. Gallen

Seminargebühr: CHF 5900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av58

Zielgruppe (m/w)

Das Seminar richtet sich an alle Leistungsträger:innen, die selbst keinen Geschäftsbereich und keine Business Unit führen, die aber für eine zentrale Funktion (Produktion, Sourcing, Vertrieb) oder für ein Service Center (z.B. Rechtsabteilung, Immobilien, Controlling, HR) oder eine Querschnittsfunktion (R&D, Marketing, Nachhaltigkeit) verantwortlich sind.

Konzept

Stäbe, Zentral- und Querschnittsfunktionen oder Service Centers benötigen eine funktionale Strategie, die ihre Rolle gegenüber dem Unternehmen als Ganzes, aber auch den operativen Einheiten wie Divisions, Geschäftsfeldern und Business Units in einem gemeinsamen Abstimmungsprozess definiert.

Sie lernen

- Die Erfolgsfaktoren des Strategischen Managements
- Prozess der Strategie-Entwicklung
- Wie Strategien für das Unternehmen, Geschäftsfelder und Business Units entwickelt werden

- Wie funktionale Strategien mit der Gesamtstrategie des Unternehmens abgestimmt werden
- Wie die eigene Rolle als Leiter:in des funktionalen Bereichs im Zusammenspiel mit den Verantwortlichen der Geschäftsbereiche, Divisions, Business Units u.a. geklärt wird

Aufbau

Teil 1: Wie werden die Strategien für das Gesamtunternehmen und die einzelnen Divisions, Geschäftsfelder, Business Units oder sonstigen operativen Einheiten erarbeitet?

Teile 2 und 3: Wie werden, darauf abgestimmt, die Strategien für die einzelnen Funktionen, Stäbe und Service Centers erarbeitet? Wie erfolgt die Abstimmung, die für deren zukünftige Rolle von grosser Bedeutung ist?

Themen Teil 1

Traditionelle Strategie-Tools oder die Pflege des Kerngeschäfts reichen für den dauerhaften strategischen Erfolg meist nicht aus: strategische Zukunftssicherung beschäftigt sich daher mit dem Wettbewerb, mit den Wachstumfeldern der Zukunft, mit der Ausschöpfung von Marktpotenzialen, New Business Development und mit der Strategieumsetzung.

Im Teil 1 zeigen wir Ihnen,

- wie modernes Strategisches Management so konzipiert wird, dass es in der Praxis funktioniert
- was Sie als Führungskraft tun sollten, um das Geschäft der Zukunft bereits heute erfolgsgerichtet zu entwickeln und welche Stellhebel Sie nutzen können, um Strategien erfolgreich umzusetzen.

Themen Teile 2 + 3

Im zweiten und dritten Programmteil lernen Sie,

- Schritt für Schritt eine präzise und Erfolg versprechende Strategie für Ihren Funktionsbereich, Ihr Service-Center oder Ihre Querschnittsfunktion im Konzern resp. Unternehmen zu erarbeiten
- Die funktionale Strategie mit der Gesamtstrategie des Unternehmens und den normativen Vorgaben von oben zu harmonisieren
- Die eigene Rolle als Leiter:in des funktionalen Bereichs im Zusammenspiel mit den Verantwortlichen der Geschäftsbereiche, Divisions, Business Units u.a. zu klären

Unternehmensstrategie: Wie erarbeiten?

Wie erarbeitet man die bestmögliche Strategie für das Unternehmen?

Durchführungen

2025

Nr. AV5935 **3. Durchführung 2025**
17. – 19. November 2025
St. Gallen

2026

Nr. AV5916 **1. Durchführung 2026**
1. Teil 16. – 18. Februar 2026, Online
2. Teil Anwendung, Selbststudium
3. Teil 11. – 12. Juni 2026, St. Gallen

Nr. AV5926 **2. Durchführung 2026**
1. Teil 15. – 17. Juni 2026, Online
2. Teil Anwendung, Selbststudium
3. Teil 23. – 24. November 2026, St. Gallen

Dauer: 3 Tage Online-Seminar
1 Tag Anwendung im Selbststudium
2 Tage Vertiefung in St. Gallen

Seminargebühr: CHF 5900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av59

Zielgruppe (m/w)

Executives, Führungskräfte, High Potentials sowie Verantwortliche für Exzellenz im Strategischen Management.

Entscheidungsträger:innen, die Strategien entweder selbst erarbeiten oder aber kritisch hinterfragen müssen.

Konzept

Wissen zum Strategischen Management ist das eine. Das Können, daraus die bestmögliche Strategie für das Unternehmen zu erarbeiten aber ganz etwas anderes.

Sie lernen

— Schritt für Schritt eine präzise und Erfolg versprechende Unternehmensstrategie zu erarbeiten. Dies unter Einbezug der neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse, der erprobten Management Instrumente und vieler Beispiele und Best Practices renommierter Unternehmen.

— Strategien kritisch zu hinterfragen und auf Plausibilität, Erfolgchance, Ressourcenbedarf und Risikoanfälligkeit zu beurteilen.

Themen

1. Die Strategie als Weichenstellung für eine erfolgreiche Zukunft
2. Philosophie, Gesetzmässigkeiten und Navigation im Strategischen Management
3. Der Strategie-Prozess: Gestaltung des schrittweisen Vorgehens
4. Normatives Management: Purpose, Vision, Leitplanken und Zielvorgaben als Rahmen für die Strategieentwicklung
5. Das Ganze und seine Teile: Unterteilung in Strategische Geschäftsfelder (SGF's) und Business Units (BU's)
6. Strategische Analyse I: Trends im Kerngeschäft? Wie verteidigen, wachsen, optimieren?
7. Strategische Analyse II: Disruption, neue Geschäftsmodelle: Die Märkte der Zukunft
8. Strategische Optionen: Kreatives Finden, Erarbeiten, Bewerten, Priorisieren
9. Strategie-Erarbeitung: Präzise Beschreibung der Strategien für Gesamtunternehmung, SGF's und BU's in einem iterativen Prozess
10. Harmonisierung: Aus der Summe der guten Einzelstrategien eine starke Gesamtstrategie machen
11. Finanzielle Überprüfung: Steigern die Strategien Ebit, Rentabilität und Unternehmenswert? Ressourcenbedarf? Risikoanfälligkeit?
12. Kompetenzaufbau: Welche Kernkompetenzen haben wir, welche brauchen wir?
13. Strategische Initiativen lancieren
14. Strategisches Controlling: Monitoring der Strategieumsetzung
15. Interdisziplinäre Strategieteams bilden und befähigen
16. Change Management: Den Wandel gemeinsam schaffen, gekonnt implementieren

Anwendungs-Unterstützung

Ziel des Seminars: Sie zu befähigen, das erlernte Wissen und Programm auch anwenden zu können.



Neues Wissen anwenden

Funktionale Strategie: Wie erarbeiten?

Die bestmögliche Strategie für einen Funktionsbereich erarbeiten.

Durchführungen

2026

Nr. AV1616 1. Durchführung 2026

- 1. Teil 16.–18. Februar 2026, Online
- 2. Teil Anwendung, Selbststudium
- 3. Teil 11.–12. Juni 2026, St.Gallen

Nr. AV1626 1. Durchführung 2026

- 1. Teil 15.–17. Juni 2026, Online
- 2. Teil Anwendung, Selbststudium
- 3. Teil 23.–24. November 2026, St.Gallen

Nr. AV1636 1. Durchführung 2026

- 1. Teil 19.–21. Oktober 2026, Online
- 2. Teil Anwendung, Selbststudium
- 3. Teil 23.–24. November 2026, St.Gallen

Dauer: 3 Tage Onlineseminar

- 1 Tag Anwendung im Selbststudium
- 2 Tage Vertiefung in St.Gallen

Seminargebühr: CHF 5900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av16

Zielgruppe (m/w)

Leitende von Unternehmens-Funktionen, Service-Centers, Querschnittsfunktionen, internen Dienstleistungsbereichen, die Ihre eigene Strategie entwickeln und diese mit Unternehmens- oder Konzernleitung sowie den operativen Geschäftsbereichen abstimmen wollen.

Konzept

Ob HR, Rechtsabteilung, Produktion, IT, Marketing, Immobilien, Sourcing oder andere wichtige Funktionen des Unternehmens: Hier lernen Sie, eine funktionale Strategie zu erarbeiten und mit Geschäftsführung und Geschäftsbereichen abzustimmen.

- Wie Schritt für Schritt eine präzise und Erfolg versprechende Strategie für Ihren Funktionsbereich, Ihr Service-Center oder Ihre Querschnittsfunktion erarbeiten?
- Wie diese Strategie dann mit den Strategien des Gesamtunternehmens und der Geschäftsfelder in Einklang bringen?

Themen

1. Das Strategie-System des Unternehmens, die Einbettung der einzelnen Funktionen
2. Strategie von Gruppe/Konzern, Unternehmung, Geschäftsfelder, Business Units und einzelner Funktionen: Das Zusammenspiel
3. Der Strategie-Prozess und die Erarbeitung einer funktionalen Strategie: Wie vorgehen?
4. Normatives Management: Purpose, Vision, Leitplanken und Zielvorgaben als Rahmen für die Funktionsstrategie
5. Leistungen nur intern oder auch für Dritte als Drittgeschäft?
6. Die relative Wettbewerbsposition: Wie gut sind wir heute, verglichen mit externen Anbietern? Gibt es überzeugende Argumente gegen ein Outsourcing der Funktion?
7. Strategische Analyse: Unsere Stärken und Schwächen aus Sicht der internen Kunden?
8. Unsere Kernkompetenzen: Was können wir besser als potenzielle externe Anbieter unserer Leistungen?
9. Die Identität heute: Was sind wir heute? Was ist unser «Markenkern» als interner Dienstleister? Was sind wir (leider) nicht?
10. Strategie-Optionen: Was wollen wir sein? Kreative Erarbeitung möglicher Zukünfte für die Funktion. Bewertung und Auswahl.
11. Strategie-Erarbeitung: Präzise Beschreibung der Strategien für die Funktion
12. Unser eigenes Rollenverständnis: Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung im Zusammenspiel mit Unternehmensleitung und den Leitenden der Geschäftsfelder und operativen Einheiten.
13. Unterstützen, koordinieren oder kontrollieren: Wer bekommt welche Macht im Falle interner Konflikte? Regeln der Konfliktlösung?
14. Die Funktionale Strategie präsentieren, das Ja dazu erreichen, die Umsetzung steuern

St. Gallen Tools

Wertvolle Strategie-Instrumente unterstützen die Teilnehmenden bei der Erarbeitung einer eigenen **Funktionalen Strategie**. Am Seminar lernen Sie, diese für Ihre eigene Management-Aufgabe richtig zu nutzen.



Management Weiterbildung für
Executives & Führungskräfte

Leadership

Leadership – Weichen stellen und wirkungsvoll führen	71
Leadership – St. Galler Führungsprogramm	72
Executive Leadership I: Führungskräfte führen	74
Executive Leadership II: Führen grösserer Einheiten oder einer ganzen Organisation	75
Persönliche Führungskompetenz	76
Advanced Leadership	78
Seminar Resilienz für Führungskräfte	79
Leadership Kompetenz wirkungsvoll einsetzen	80
Hochleistungsteams entwickeln und führen	81
Change-Management: Wandel erfolgreich umsetzen	82
Die eigene Managementkraft weiter ausbauen	83
Corporate Leadership: Einen Unternehmensbereich führen	84
Leading Change – Führen in Zeiten des Wandels	85
Führung und Hochleistungsorganisation	86



Leadership – Weichen stellen und wirkungsvoll führen

Durchführungen

2025

Nr. 74425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8.–11. Dezember 2025, St.Gallen
2. Teil	23.–25. März 2026, Bregenz

2026

Nr. 74126	1. Durchführung 2026
1. Teil	16.–18. März 2026, St.Gallen
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz
Nr. 74226	2. Durchführung 2026
1. Teil	8.–10. Juni 2026, St.Gallen
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz
Nr. 74326	3. Durchführung 2026
1. Teil	21.–23. Sep. 2026, St.Gallen
2. Teil	5.–7. Oktober 2026, St.Gallen
Nr. 74426	4. Durchführung 2026
1. Teil	23.–25. November 2026, St.Gallen
2. Teil	14.–16. Dezember 2026, Berlin
Nr. 74526	5. Durchführung 2026
1. Teil	23.–25. November 2026, St.Gallen
2. Teil	1.–3. März 2027, Berlin

Dauer: 3 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/74

Zielgruppe (w/m)

1. Erfolgreiche Führungskräfte mit mehrjähriger Führungserfahrung
2. Executives die vor neuen Herausforderungen stehen

Konzept

Führungskräfte in erfolgreichen Unternehmen wünschen sich einen modernen, zeitgerechten Führungsstil. Dies für sich selbst, aber auch für ihr ganzes Managementteam. Auf der Suche nach der persönlich richtigen Art der Führung ist die einzelne Führungskraft jedoch nicht frei: Es gibt Vorgaben von oben, die im Sinne von Leitplanken den eigenen Ideen und Vorstellungen ganz bewusst Grenzen setzen. Diese Leitplanken sind im Normativen Management des Unternehmens verankert und zeigen das, was die Eigner des Unternehmens oder jene, welche die faktische Macht über das Unternehmen ausüben, wollen oder nicht wollen.

Aufbau

Teil 1: Ganzheitliches Management. Leitplanken, Werte und Zielvorgaben von oben als Basis für die eigene Führung. 3 Tage.

Teil 2: Wirkungsvoll führen: Handlungsspielräume gemeinsam mit den Mitarbeitenden nutzen, die Qualität der Führung laufend ausbauen. 3 Tage.

Themen

St. Galler Management Konzept

- Wer den eigenen Verantwortungsbereich erfolgreich führen will, muss übergeordnete Vorgaben berücksichtigen. Leitbild, Unternehmenspolitik, Ethik-Konzept, Wertekanon, Führungsgrundsätze, Mission, Purpose, Vision und anderen mehr.
- Dort, wo diese Konzepte fehlen, ist es die erlebte Realität, die diesen Rahmen bilden: Was wird gewollt, was nicht, was wird belohnt, was sanktioniert?

Handlungsspielräume nutzen

In agilen Unternehmen ist das, was nicht verboten ist, erlaubt: Es sind die vielen Handlungsspielräume, die trotz oder sogar wegen dieser Vorgaben existieren, die aktiv genutzt werden sollten. Motto: «Nicht warten, handeln!»

Advanced Leadership

- Was macht gutes Leadership aus?
- Leadership als Konzept einer erfolgreichen Unternehmensführung

Stärken als Führungskraft nutzen

- Das persönliche Leistungspotenzial noch besser nutzen
- Ehrgeizige Ziele vereinbaren
- Fähigkeiten der Mitarbeitenden erkennen und entwickeln
- Verantwortung an den Ort des Geschehens delegieren
- Mit gutem Beispiel vorangehen
- Mit Stress, Störfaktoren und Frustration richtig umgehen
- Führen und Führungserfolg auch in schwierigen Situationen

Weichen stellen und wirkungsvoll führen

- Sie erhalten Wissen und Können, um
- die Weichen und Vorgaben von oben stufengerecht zu erläutern und Realität werden zu lassen
 - dank motivierender Führung Team und Mitarbeitende auf Resultate und Leistung auszurichten
 - und zugleich so zu führen, dass hohe Motivation und Arbeitszufriedenheit entstehen.

Leadership – St. Galler Führungsprogramm

Durchführungen

2025

Nr. 70625	6. Durchführung 2025
1. Teil	1.–4. Dezember 2025, Davos
2. Teil	23.–26. Februar 2026, Brunnen

Nr. 70725	7. Durchführung 2025
1. Teil	1.–4. Dezember 2025, Zürich
2. Teil	23.–26. Februar 2026, Brunnen

2026

Nr. 70126	1. Durchführung 2026
1. Teil	26.–29. Januar 2026, St.Gallen
2. Teil	23.–26. Februar 2026, Brunnen

Nr. 70226	2. Durchführung 2026
1. Teil	16.–19. März 2026, Stuttgart
2. Teil	27.–30. April 2026, Köln

Nr. 70326	3. Durchführung 2026
1. Teil	15.–18. Juni 2026, Bregenz
2. Teil	6.–9. Juli 2026, Bregenz

Nr. 70426	4. Durchführung 2026
1. Teil	14.–17. September 2026, Brunnen
2. Teil	9.–12. November 2026, Bregenz

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/70

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, Ergebnis- oder Projektverantwortliche aus allen Bereichen, die eine komplette praxisbezogene Gesamtsicht moderner Führung wünschen und erprobte Führungsinstrumente, Methoden und Verhaltensweisen trainieren wollen.
2. Führungsverantwortliche, die bereits befördert oder für eine neue Position vorgesehen sind, mit dem Ziel, ihre Führungsleistungen aufgrund neuer Aufgaben oder Kompetenzen zu hinterfragen und zu optimieren.
3. Nichtbetriebswirtschaftler:innen, Fachspezialist:innen oder Nachwuchskräfte, die eine fundierte, tiefgehende Führungsausbildung benötigen.
4. Praktiker:innen, die ihr Führungs-Know-how auf den neuesten Stand bringen wollen.

E Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch:** www.sgbs.com/e75

Konzept

Führen heisst, mit Hilfe von anderen Resultate erbringen. Die besten Ergebnisse erbringen diejenigen Persönlichkeiten, denen es gelingt, alle Facetten des Erfolgsfaktors «Führung» umfassend und nachhaltig zu steuern.

Der Lehrgang «Leadership – St. Galler Führungsprogramm» vermittelt und trainiert in intensiver Form in zwei Teilen das notwendige fachliche und persönliche Rüstzeug, um Führungsaufgaben optimal in der täglichen Praxis wahrzunehmen.

Die Anforderungen an Führungskräfte und ihre Rollen als Vorgesetzte, Kollegen und Unterstellte werden erarbeitet, diskutiert und anhand zahlreicher Beispiele konkretisiert.

Schritt für Schritt werden die einzelnen Bausteine eines Führungskonzeptes erarbeitet. Die Teilnehmer:innen entwickeln Fähigkeiten und erarbeiten sich die Kompetenz, ihre Produktivität und diejenige ihrer Mitarbeiter dank effizienter und effektiver Führung erheblich zu steigern, Leistungsreserven in Organisationen zu mobilisieren sowie herausragende Einzel- oder Teamleistungen zu erbringen.

Themen im Überblick

Inventur der eigenen Führungsleistung

Voraussetzungen erfolgreicher Führung
– Analysen und Denkstildiagnostics – Die eigene Rolle und ihre Wirkung auf Unterstellte, Vorgesetzte und Kollegen
– Das persönliche Potential aktivieren, soziale Kompetenz und Führungs-Kraft weiterentwickeln

Psychologie der Führung

Ist Führung lernbar – Lehrmeister «Erfahrung» – Menschliche Verhaltensweisen – Rollen der Leaders und Followers: Was sind die Unterschiede?

Führungsmethoden für die Praxis

Führen statt ausführen – Richtig delegieren – Management der Zeit – Gesprächsführung als Hauptaufgabe

Führung in schwierigen Situationen

Umgang mit problematischen Mitarbeitern – Ängste, Unsicherheit, Frustration und Lethargie – Stressbewältigung im Alltag – Work-Life-Balance

Leadership, Teamführung, Coaching

Der Vorgesetzte als Coach – Professionelle Teamarbeit, Gruppen erfolgreich steuern – People Empowering – Prinzip «Selbstverantwortung»

Themen

Das ganzheitliche St. Galler Führungskonzept

- Die Einbettung der Führung in das systemorientierte Management
- Das Navigationsinstrumentarium für Führungserfolg
- Die Revolution in der Arbeitswelt bewältigen: Führungstrends & Führung 4.0

Inventur der eigenen Führungsleistung

- Voraussetzungen erfolgreicher Führung in disruptiven, digitalen Zeiten
- Analysen und Denkstildiagnostics für den Führungsalltag: Die eigene Rolle und ihre Wirkung auf Unterstellte, Vorgesetzte und Kollegen
- Das persönliche Potential aktivieren, soziale Kompetenz und Führungskraft weiterentwickeln

Psychologie der Führung

- Ist Führung lernbar? Der Lehrmeister «Erfahrung»
- Schlussfolgerungen aus menschlichen Verhaltensweisen: Häufigste und typische Fehler
- Die Rollen der Leaders und Followers: Führen nach «unten» und «oben»

Führungsmethoden für die Praxis

- Führen statt ausführen: Richtig delegieren will gelernt sein
- Management der Zeit: Zeitfallen geschickt umgehen dank gekonnter Arbeitstechnik
- Mehr Effizienz und Effektivität durch Focussierung auf das Wesentliche: Priority- und Entscheidungs-Management
- Bewährte und neue Arbeitsweisen für den effektiven Manager: Praxistipps der Erfolgreichen
- Neue Problemlösungen finden mit der Methodik des «Vernetzten Denkens»
- Gesprächsführung als Hauptaufgabe: Delegations-, Kritik-, Beurteilungs-, Anerkennungs- und Kontrollgespräche

Führen mit Zielen als Kernstück der Führung

- Der Zielsetzungsprozess: Strategien, Marketingpläne und Organisationskonzepte in Budgets und Massnahmenpläne umsetzen
- Ziele und Vorgaben stufengerecht vereinbaren und Leistungen beurteilen
- Anreizsysteme und Kontrolle als Scharniere zwischen Zielen und Resultaten

Führung in schwierigen Situationen

- Strategien für die Bewältigung von Konflikten: Nullsummenspiele, Konflikte bearbeiten
- Umgang mit problematischen Mitarbeitern
- Umgehen mit Ängsten, Unsicherheit, Frustration und Lethargie, Stressbewältigung im Alltag

Managementpotential finden und aufbauen

- Mitarbeiter und Führungskräfte finden und selektionieren
- Das Potential der Mitarbeitenden abschätzen und nutzen: Wissen, Können und Wollen in Einklang bringen
- Mitarbeiterentwicklung: Wie aus Beurteilungsgesprächen ein Instrument zur Mitarbeiterförderung wird

Leadership, Teamführung, Coaching

- Leadership als Basis für Spitzenleistungen
- Der Vorgesetzte als Coach, Professionelle Teamarbeit, Gruppen erfolgreich steuern
- Hohe Mitarbeiterzufriedenheit bei hoher Leistung: People Empowering, das Prinzip «Selbstverantwortung»

Executive Leadership I: Führungskräfte führen

Durchführungen

2025

Nr. 98525	5. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. November 2025, St. Gallen
2. Teil	24. – 26. November 2025, Stuttgart

Nr. 98625	6. Durchführung 2025
1. Teil	24. – 26. November 2025, Stuttgart
2. Teil	2. – 5. März 2026, Davos

2026

Nr. 98126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 4. Februar 2026, Berlin
2. Teil	2. – 5. März 2026, Davos

Nr. 98226	2. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 25. März 2026, Bregenz
2. Teil	22. – 25. Juni 2026, Rottach-Egern

Nr. 98326	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz
2. Teil	28. Sep. – 1. Okt. 2026, Luzern

Nr. 98426	4. Durchführung 2026
1. Teil	5. – 7. Oktober 2026, St. Gallen
2. Teil	9. – 12. November 2026, St. Gallen

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/98

Zielgruppe (w/m)

Dieses Programm eignet sich für Führungskräfte aus dem oberen Management renommierter Firmen, die selbst Führungskräfte führen.

Konzept

Executive Leadership beginnt dort, wo es darum geht, eine grössere Zahl von Menschen auf gemeinsame Resultate auszurichten.

Je größer die Organisation, umso schwieriger ist es, als Leader auf den Einzelnen einzuwirken. Dennoch müssen Sie dies erreichen, um Ihre volle Wirkung zu erreichen. Welche Instrumente und Methoden stehen dafür zur Verfügung? Wie müssen Sie eingesetzt werden?

Die Teilnehmenden sind Führungskräfte und Spezialisten mit mehrjähriger Führungserfahrung. Sie wissen, dass es immer wieder neue Situationen im Unternehmen gibt, die eine Überprüfung der eigenen Leadership-Prinzipien und der Art der Führung bedingen. Dieses Seminar bietet für eine solche ‚Standortbestimmung der persönlichen Führungslogik‘ eine ideale Plattform.

Themen

Führungskräfte führen

- Führung aktiv gestalten, Führungswirkung in die Organisation einbringen
- Führungsprinzipien und Unternehmenskultur professionell steuern
- Value-Based Leadership: Führen durch Persönlichkeit im Unternehmen verankern
- Resultatorientierte Mitarbeiterführung: Was starke Motivatoren auszeichnet
- Teambildung, auf die richtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen
- Die Optimierung des Einflussprozesses zwischen Chef und Mitarbeiter
- Führung jenseits der Hierarchie
- Die gekonnte Balance zwischen Emotionalität und Rationalität in der Führung
- Soziale Kompetenzen, Kommunikation und Konfliktmanagement
- Der Umgang mit Macht als Führungskraft
- Netzwerksteuerung und Executive Change Management
- Mitarbeitende auf bevorstehende Transformation vorbereiten

Kompetenzen für das erfolgreiche 'New Work'

- Die Erhöhung meines Wirkungsgrades: Von der Aufgabenorientierung zur Menschenorientierung
- Diversität im Sinne des Stärkenansatzes für das Unternehmen nutzen
- Persönlichkeitsentwicklung: «Feedback is the breakfast of Champions»
- Kommunikation als Führungsinstrument einsetzen
- Work-life-Balance: Wie schaffe ich es, parallel beruflichen und privaten Erfolg 'unter einen Hut zu bringen'?

Executive Leadership II:

Führen grösserer Einheiten oder einer ganzen Organisation

Durchführungen

2025

Nr. 87425 **4. Durchführung 2025**
10. – 13. November 2025, St.Gallen

2026

Nr. 87126 **1. Durchführung 2026**
2. – 5. März 2026, Davos

Nr. 87226 **2. Durchführung 2026**
22. – 25. Juni 2026, Rottach-Egern

Nr. 87326 **3. Durchführung 2026**
28. Sep. – 1. Okt. 2026, Luzern

Nr. 87426 **4. Durchführung 2026**
9. – 12. November 2026, St.Gallen

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 5900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/87

Zielgruppe (w/m)

Die Teilnehmenden sind Executives, oberste und obere Führungskräfte und Leistungsträger:innen mit bedeutenden Führungsaufgaben und mit mehrjähriger Führungserfahrung. Sie wissen, dass es immer wieder neue Situationen im Unternehmen gibt, die eine Überprüfung der eigenen Leadership-Prinzipien und der Art der Führung bedingen. Dieses Seminar bietet eine ideale Plattform für eine solche «Standortbestimmung der persönlichen Führungslogik» als verantwortliche Führungspersonlichkeit.

Konzept

Wer führt, trägt Verantwortung: Für das Wohlergehen der Kunden, der Mitarbeitenden, der Gesellschaft. Mit zunehmender hierarchischer Stellung oder mit zunehmender Verantwortung braucht es aber zwei Komponenten der Führung: Die Fähigkeit, eine Vielzahl von Menschen auf gemeinsame Ziele und Resultate auszurichten und hohe Leistung bei hoher Arbeitszufriedenheit zu bewirken. Plus die Fähigkeit, das

Unternehmen, die Organisation und ihre Teilbereiche in die richtige, gewollte und erfolgreiche Zukunft zu führen.

Executive Leadership umfasst beide Fähigkeiten: Wirkungsvolle Menschenführung und gekonnte Unternehmensführung. Dies ist ein hochkarätiges Seminar für all jene, die neue Erkenntnisse, Tipps und Impulse für ihr Executive Leadership im Hinblick auf die vielfältigen Veränderungen und Anforderungen überprüfen und weiter optimieren wollen: Wie kann die Leistung einer ganzen Unternehmung oder Unternehmenseinheit dank Executive Leadership optimiert werden?

Themen

Wer eine grössere Zahl von Führungskräften, Spezialistinnen und Spezialisten und Mitarbeitende mit all der heute üblichen Diversität und den Prinzipien des 'New Work' führt, hat die Aufgabe, den eigenen Wirkungsgrad mit jenem grösserer Teams zu koppeln und dadurch Multiplikation und Verstärkung von Kreativität, Engagement und Leistung zu bewirken. Dafür braucht es Führungskompetenz und die Fähigkeit, die eigene Führungsrolle immer wieder auch an neue Gegebenheiten anzupassen:

- Persönliche Rolle, Führungssituation und Führungsstil
- Wirkungsgrad als Führungskraft
- Die Instrumente der ‚Führung von Führungskräften‘
- Den Gesamtwirkungsgrad der Führung im eigenen Management- und Mitarbeiterteam optimieren

Die anvertrauten Menschen zu begeistern, sie für gemeinsame Erfolge zu gewinnen, gegenseitiges Vertrauen und Loyalität zu stärken, Vorbild und Förderer zu sein: Es ist dieser 'winning spirit', den es braucht, um nachhaltig Leistung und Arbeitszufriedenheit zu bewirken. Schnell wird aber auch klar, dass es für ein gekonntes Executive Leadership noch mehr braucht. Einige Beispiele:

- Die Ausrichtung auf Mission, Werte und gemeinsame Ziele
- Die richtige Unternehmenskultur
- Bereitschaft für Wandel
- Engagement für hohen Nutzen für Kunden wie Gesellschaft
- Sinnvolle Anreizmodelle
- Gelebte Führungsprinzipien



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e87

Persönliche Führungskompetenz

Durchführungen

2025

Nr. 60525	5. Durchführung 2025
1. Teil	1. – 4. Dezember 2025, Davos
2. Teil	9. – 11. März 2026, Stuttgart

2026

Nr. 60126	1. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. Februar 2026, Brunnen
2. Teil	9. – 11. März 2026, Stuttgart

Nr. 60226	2. Durchführung 2026
1. Teil	27. – 30. April 2026, Köln
2. Teil	18. – 20. Mai 2026, Bregenz

Nr. 60326	3. Durchführung 2026
1. Teil	6. – 9. Juli 2026, Bregenz
2. Teil	14. – 16. September 2026, Brunnen

Nr. 60426	4. Durchführung 2026
1. Teil	14. – 17. Sep. 2026, Lenzerheide
2. Teil	9. – 11. November 2026, Zürich

Nr. 60526	5. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 12. November 2026, Bregenz
2. Teil	22. – 24. Februar 2027, Stuttgart

Dauer: 4 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/60

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, Stabsmitarbeitende, Projekt- und Teamverantwortliche aus allen Hierarchiestufen und Bereichen, die erfahren wollen, wie sie auf andere wirken und wie sie vorhandene persönliche und soziale Stärken weiter ausbauen sowie Defizite abbauen können.
2. Führungskräfte, die ihr Rüstzeug in der Führung der eigenen Person optimieren wollen.
3. Führungspersönlichkeiten, die Spitzenstellungen anstreben.

Während 4 + 3 Tagen lernen Sie, Ihre Wirkung auf andere zu überprüfen und zu steuern sowie Ihr persönliches Leistungs- und Kreativitätspotential wirkungsvoll zu mobilisieren.

Sie erfahren die wichtigsten Bereiche sozialer und persönlicher Kompetenz, verstehen die Beweggründe menschlichen Verhaltens und beseitigen allfällige Diskrepanzen zwischen fachlichen, sozialen oder persönlichen Fähigkeiten.

Konzept

Die souveräne Führungspersönlichkeit ist von sich selbst und ihrem Können überzeugt. Sie kann die Begeisterung über ihre Aufgaben auf andere übertragen, verfügt über Ausstrahlungskraft, kommuniziert eloquent und ist ein fairer Team-Player. Sie kennt ihre Stärken genauso wie ihre Schwächen. Besonders ist ihr auch die Wirkung bestimmter Verhaltensweisen auf ihre Umgebung, Mitarbeiter:innen und Vorgesetzte bewusst.

Solche Eigenschaften, Fähigkeiten und Verhaltensweisen gehören in den Bereich der persönlichen und sozialen Kompetenz einer Führungskraft. Bestehen hier Defizite, so kommt es trotz bestem fachlichen Know-how in kaufmännischen oder technischen Belangen nie zu wahrer beruflicher Meisterschaft, Lebensqualität und Arbeitszufriedenheit.

Daher ist es wichtig zu erkennen, dass die Grundlage einer jeden Managementtätigkeit in der Führung der eigenen Person liegt. Denn die Art und Weise, wie Sie mit sich selbst bzw. mit anderen umgehen und welche Wirkung Sie dadurch entfalten, macht letztlich Managementenerfolg aus.



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/eav75

Themen im Überblick

Nutzen

Sie lernen, Ihre vorhandenen Stärken auszubauen und erhalten sofort umsetzbare Hilfe bei allfälligen Defiziten.

Sie bekommen so eine persönliche Standortbestimmung und haben Gelegenheit, Ihre Persönlichkeit einer kritischen Inventur zu unterziehen. Konkrete Massnahmen können in Einzelgesprächen mit den Referent:innen festgelegt werden.

Das Seminar «Persönliche Führungskompetenz» stellt diese ganzheitliche Persönlichkeit einer Führungskraft in den Vordergrund mit folgenden Themen:

- **Wirkungsvoll führen**
- **Das ganzheitliche Menschenbild, Persönlichkeitsstruktur**
- **Mentales Training – Selbststeuerung**
- **Rhetorik, Auftreten, Körpersprache**
- **Kommunikation und Gesprächsführung**
- **Stressmanagement und Körperaktivität**
- **Work-Life-Balance**
- **Teammanagement, Coaching**

Themen

Das ganzheitliche Menschenbild, Persönlichkeitsstruktur

- Psychologie der Karriere: Definition von Entwicklungszielen
- Führen der eigenen Person als unverzichtbare Voraussetzung zur Führung von Mitarbeitenden
- Der Weg zum harmonischen Gleichgewicht zwischen beruflichem und privatem Umfeld
- Beeinflussbare und nicht selbst steuerbare Faktoren in der Persönlichkeitsentwicklung
- Analyse der Persönlichkeitsstruktur
- Ausstrahlung und persönlicher Wirkungsgrad auf andere als Produkt eines Lernprozesses

Mentales Training - Selbststeuerung

- Selbstsicherheit, Willenskraft, Mut und Entschlossenheit durch mentales Training und Selbstannahme
- Abbau von Lampenfieber
- Unausgeschöpfte Potentiale wecken
- Der Weg zu Gelassenheit und Souveränität
- Innere Blockaden und Barrieren überwinden

Rhetorik, Auftreten, Körpersprache

- Aufbau, Gestaltungsform einer Rede: Vom Monolog zum Dialog
- Die Regeln für eine überzeugende Gesamtwirkung: Sprachliche Mittel, Stimme und Verhalten gekonnt einsetzen
- Training des äusseren Sprechverhaltens (Stimme, Modulation, Tempo)
- Parasprachliches Verhalten: Körpersprache, Mimik, Gestik, Blickkontakt
- Sprechen vor grossem Publikum
- Ideen und Produkte präsentieren
- Dechiffrieren der Körpersprache
- Das Verhalten der Erfolgreichen

Kommunikation und Gesprächsführung

- Die Wechselwirkung zwischen dem eigenen Kommunikationsverhalten und dem Verhalten anderer verstehen und erkennen
- Die unbewussten Spiele der Manager
- Wortschatz des Nutzenbietens
- Schutz gegen unfaire Dialektik: Die Kunst Recht zu behalten, auch wenn man Unrecht hat

- Professioneller Verhandlungsstil und Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern
- Gewinnerorientierte Verhandlungsstrategien
- Das Spiel von Geben und Nehmen

Stressmanagement und Körperaktivität

- Vorbereitung auf einen erfolgreichen Tag – 2 Minuten genügen
- Formen und Funktionen von Stress: Stressanalyse – Stresstest: Erkennen von Symptomen und Stressreaktionen
- Welche Arten von Stress sind positiv und verleihen Kraft?
- Verhalten in Belastungssituationen Gut sein, wenn's drauf ankommt

Work-Life-Balance

- Effizienz versus Effektivität: Warum eine hohe Arbeitsintensität allein noch keine erfolgreichen Resultate garantiert
- Gesetze und Selbsttests zur Arbeitseffektivität und -effizienz
- Persönliche Arbeitstechniken: Tätigkeitsanalyse, Prioritäten, Schlüsselbereiche steuern
- Zeit – ein wesentlicher Faktor des Selbstmanagements

Teammanagement, Coaching

- Effiziente Sitzungstechnik, Moderieren von Arbeitsgruppen
- Aufbau und Führung von Teams: Gruppendynamische Prozesse steuern und Umgang mit schwierigen Teammitgliedern
- Teamleistung optimieren: Winning spirit



Prof. Dr. Robert Neumann
Wissenschaftliche Leitung der MBA-Studiengänge

Advanced Leadership

Mehr Leadership – Mehr Wirkung.

Durchführungen

2025

Nr. 75425 **4. Durchführung 2025**
24. – 26. November 2025
Stuttgart

2026

Nr. 75126 **1. Durchführung 2026**
2. – 4. Februar 2026
Berlin

Nr. 75226 **2. Durchführung 2026**
23. – 25. März 2026
Bregenz

Nr. 75326 **3. Durchführung 2026**
29. Juni – 1. Juli 2026
Bregenz

Nr. 75426 **4. Durchführung 2026**
5. – 7. Oktober 2026
St.Gallen

Nr. 75526 **5. Durchführung 2026**
16. – 18. November 2026
Stuttgart

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/75

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte und Spezialist:innen mit mehrjähriger Führungserfahrung
2. Executives die vor neuen Herausforderungen stehen

Seminarziele

Was macht gutes Leadership aus? Anhand vieler Erfolgsbeispiele aus der Praxis haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, ihr eigenes Leadership zu analysieren und Ihr persönliches Leadership-Potenzial noch besser nutzen zu lernen. Sie erhalten wertvolle Ideen und Impulse für die motivierende und resultatorientierte Führung des eigenen Verantwortungsbereichs. Sie lernen, den Wirkungsgrad ihrer Mitarbeiter zu steigern, bei gleichzeitiger Optimierung von Motivation und Arbeitszufriedenheit.

E Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e75

Konzept

Der gute Leader vereinbart ehrgeizige Ziele, entwickelt Fähigkeiten, gibt Handlungsspielräume, Verantwortung und Ressourcen, geht mit gutem Beispiel voran und coacht sein Team auf dem Weg zum Erfolg. Dies zur Theorie. Die Praxis ist vielschichtiger, denn keine Situation gleicht der anderen. Leadership in der Praxis benötigt ein individuelles Finetuning. Die Fähigkeit, sich auch im Tagesdickicht zu behaupten. Trotz Stress und Störfaktoren den richtigen Weg zu finden. Trotz Niederlagen am gemeinsamen Ziel festzuhalten oder – im Sinne von permanentem Lernen – Anpassungen im Geschäftsalltag vorzunehmen. Der Leader von heute beherrscht den Gesamtprozess der Führung: Von der Vision zur Aktion.

Leader-Qualitäten

Gutes Leadership steigert den Wirkungsgrad des gesamten Unternehmens. Im Wettbewerb um Marktanteile, Aufträge oder Kundenbeziehungen gewinnen meist die Unternehmen mit dem besseren Leadership.

Themen

Das Programm bietet Erkenntnisse über das eigene Führungsverhalten. Die Teilnehmenden lernen, wichtige Gesetzmässigkeiten erfolgreicher Führung im eigenen Bereich gekonnt anzuwenden.

- Leadership als Konzept erfolgreicher Unternehmensführung
- Gesetzmässigkeiten und Wirkungsprinzipien: Theorie und Praxis
- Alternative Führungsphilosophien – unterschiedliche Leadershipansätze
- Die Erfolgsmechanismen einer guten Unternehmensführung
- Die Kompetenzen und Fähigkeiten des Leaders
- Die Bedeutung der jeweiligen Konstellation
- Eigene Stärken und Optimierungspotenziale
- Anwenden der Erkenntnisse in konkreten Führungssituationen
- Erkennen der eigenen Stärken als Leader
- Impulse für mehr Wirkung
- Die gewollte Führungsrolle
- Neue Instrumente, neue Verhaltensmuster und Tipps für deren Praxis-einsatz
- Gutes Kommunikationsverhalten
- Wirkungsvoll führen

Seminar Resilienz für Führungskräfte

Die eigene Management-Kraft steigern

Durchführungen

2025

Nr. 61525	5. Durchführung 2025
1. Teil	24. – 26. November 2025, Horn
2. Teil	2. – 4. Februar 2025, Berlin

2026

Nr. 61126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 12. März 2026, Köln
2. Teil	23. – 25. März 2026, Bregenz
Nr. 61226	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Brunnen
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz
Nr. 61326	3. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 24. September 2026, Bregenz
2. Teil	5. – 7. Oktober 2026, St. Gallen
Nr. 61426	4. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. November 2026, Stuttgart
2. Teil	14. – 16. Dezember 2026, Berlin
Nr. 61526	5. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. November 2026, Stuttgart
2. Teil	1. – 3. März 2027, Berlin

Dauer: 4+3 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/61

Zielgruppe (w/m)

Führungs- und Fachkräfte, die Resilienz als persönlichen Erfolgsfaktor kennenlernen und aktivieren wollen. Leistungsträger aus allen Bereichen, die genau wissen, welche Kraft in Niederlagen steckt, aber noch nach Wegen suchen, diese Kraft in ihrem Verantwortungsbereich besser zum Tragen zu bringen. Praktiker, die Fehler nicht unter den Tisch kehren, sondern bewusst vergrössern und intensiv diskutieren, nicht um zu kritisieren, sondern um aus ihnen eine ständig verbesserte Leistung abzuleiten.

Aufbau

Teil 1: Führung und Führungsverhalten. Umgang mit schwierigen Führungssituationen und belastenden Konflikten.

Teil 2: Führung für Fortgeschrittene: Den eigenen Wirkungsgrad als Führungskraft optimieren. Erfahrungen richtig nutzen.

Konzept

Resilienz ist die Fähigkeit, Niederlagen einzustecken und mit erhobenem Haupt als Verlierer eine Situation zu verlassen

– und daraus zu lernen, fitter, härter, schlauer und gescheiter zu werden und beim nächsten Anlauf der Sieger zu sein. Eigentlich ist dies – ausser der Popularität des Begriffs – nichts Neues. Jeder Unternehmer muss «resilient» sein. Jeder Start-up Gründer. Jeder Forscher. Jede Marketing Fachfrau und jeder Verkaufsführer. Ohne den hartnäckigen Glauben an das, was man tut und ohne die Bereitschaft, aus Fehlern zu lernen, geht gar nichts.

Was hingegen neu ist, das sind die Forschungserkenntnisse zu diesem Thema und die Auswirkungen, die daraus für die Leadership-Qualität in einem Unternehmen entstehen.

Themen

Persönlichkeit und Verhalten

- Die Persönlichkeitsstruktur: Typologie
- Das ganzheitliche Menschenbild
- Ausstrahlung und Wirkung dank Führungsverhalten

Mentale Techniken der Selbststeuerung

- Souveränität und Gelassenheit
- Selbstsicherheit
- Innere Blockaden überwinden

Führungsverhalten

Das eigene Führungsverhalten in schwierigen Führungssituation

Rhetorik, Körpersprache, Kommunikation

- Sprache, Gestik und Mimik gekonnt einsetzen
- Gesetzmässigkeiten guter Kommunikation
- Die eigene Aussenwirkung erkennen und optimieren

Work-Life-Balance

- In weniger Zeit mehr erreichen
- Das Gleichgewicht zwischen beruflichem und privatem Umfeld schaffen
- Mit Stress und Belastungen umgehen

Resilienz entwickeln

- Die Niederlage als Saatgut für zukünftigen Erfolg
- Die Kraft des Individuums: Wie der Einzelne seine eigene Resilienz-Kompetenz steigert und nutzt
- Resilienz als Führungsprinzip im Unternehmen verankern

Advanced Leadership

Die Effektivität des Managements und der gekonnte Umgang mit Belastungen und grossen Herausforderungen

Leadership Kompetenz wirkungsvoll einsetzen

Durchführungen

2025

Nr. act0115 1. Durchführung 2025

1. Teil 1. – 4. Dezember 2025, Zürich
2. Teil 18. – 20. Mai 2026, Online
3. Teil Termin individuell zu vereinbaren
4. Teil 25. – 26. Juni 2026, St.Gallen

2026

Nr. act0116 1. Durchführung 2026

1. Teil 26. – 29. Januar 2026, St.Gallen
2. Teil 18. – 20. Mai 2026, Online
3. Teil Anwendung, Selbststudium
4. Teil 25. – 26. Juni 2026, St.Gallen

Nr. act0126 2. Durchführung 2026

1. Teil 16. – 19. März 2026, Stuttgart
2. Teil 18. – 20. Mai 2026, Online
3. Teil Anwendung, Selbststudium
4. Teil 25. – 26. Juni 2026, St.Gallen

Dauer: 4 Tage Seminar

3 Tage Onlineseminar

1 Tag Anwendung im Selbststudium

2 Tage Vertiefung in St. Gallen

Seminargebühr: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/act01

Zielgruppe (w/m)

Dieses Programm eignet sich für erfahrene Führungskräfte, die heute bereits eine verantwortungsvolle Führungsposition einnehmen. Sie suchen neues Wissen und Impulse, um Motivation, Agilität und Engagement in ihrem Verantwortungsbereich zu steigern und damit sowohl Zufriedenheit als auch Leistung weiter zu optimieren.

Konzept

Das Seminar „Leadership-Kompetenz wirkungsvoll einsetzen“ richtet sich an erfahrene Führungskräfte, die ihre Führungswirkung vertiefen wollen. Im Zentrum steht die gezielte Steuerung von Motivation, Leistung und Teamverantwortung im heutigen dynamischen Umfeld. Die Teilnehmenden reflektieren ihre Führungspersönlichkeit, analysieren reale Praxisfälle und entwickeln wirksame Strategien, um Mitarbeiter:innen zu inspirieren, Verantwortung zu fördern und Ziele nachhaltig zu erreichen. Praxisorientiert, intensiv, mit messbarem Transfer in den Führungsalltag.

Themen

Wirkungsvoll führen

- Wie erfolgreiche Führungskräfte führen
- Welcher Führungsstil in welcher Situation geeignet ist
- Merkmale des Digital Leadership
- Soziale Kompetenzen im Führungsprozess

Hohe Motivation erreichen und erhalten

- Wie die Angst vor Disruption und Kannibalisierung durch digitale Geschäftsmodelle sich im Unternehmen auswirkt
- Eigenmotivation, Engagement und Einsatzbereitschaft als Basis für Motivation
- Wo der gemeinsame Motivations-Nenner ist und wie er durch gute Führung gezielt aktiviert wird

Hohe Leistung einfordern und erreichen

- Die Messlatte für gute Leistung setzt die Führungskraft
- Umfassende Management-Qualität: Modell und Massnahmen

Change Management Erkenntnisse

- Veränderungen, die besonders weh tun

- Liebgewonnenes verlassen, Bekanntes aufgeben, Neues aufnehmen müssen: Die typischen Reaktionen
- Psychologie der Veränderung, Typologie der Betroffenen
- Die Instrumente des Change Managements
- Was sich in der Praxis bewährt hat
- Richtiges Verhalten im Wandel: Der Change Manager als Führungskraft

Warum Change Prozesse scheitern

- Eine Veränderungssituation verstehen und analysieren können
- Mögliche Widerstände frühzeitig erkennen und richtig einordnen
- Den sozialen Prozess rechtzeitig steuern

Führungspersönlichkeit

- Die eigenen Führungsprinzipien kennen
- Erwartungen an das Führungsverhalten des Management-Teams und der Führungskräfte auf allen Ebenen kommunizieren
- Die Leistung des Teams durch wirkungsvolle Führung verstärken
- Dank Empathie und Einsatz für Mitarbeiterbelange ein Klima des gegenseitigen Vertrauens schaffen

Hochleistungsteams entwickeln und führen

Durchführungen

2025

Nr. 91325 **3. Durchführung 2025**
24. – 26. November 2025
St.Gallen

2026

Nr. 91126 **1. Durchführung 2026**
9. – 11. März 2026
Köln

Nr. 91226 **2. Durchführung 2026**
15. – 17. Juni 2026
Bregenz

Nr. 91326 **3. Durchführung 2026**
28. – 30. September 2026
Stuttgart

Nr. 91426 **4. Durchführung 2026**
4. – 6. November 2026
St.Gallen

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/91

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, die selbst Hochleistung erzielen und Hochleistungsteams formen wollen
2. Executives und Ergebnisverantwortliche, die Potenziale und Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden noch besser nutzen wollen
3. Spezialist:innen mit Führungsverantwortung, die grosse Ziele erreichen und die Prinzipien von Hochleistung und Hochleistungsteams nutzen möchten

Konzept

Ein grosser Teil der beruflichen Realität spielt sich heute in Teams ab. Führungsprinzipien wie Agilität, Selbstorganisation, Unternehmertum oder dezentrale Handlungsautonomie gehen Hand in Hand mit der Fähigkeit, Hochleistungsteams – oft jenseits der Hierarchie – zu bilden und zu führen. In diesem Seminar lernen Sie

- Wie Hochleistungsteams schrittweise entwickelt werden
- Welche Gesetzmässigkeiten dabei zu beachten sind
- Welche Führungsprinzipien und Führungsinstrumente dabei helfen

Themen

Bausteine für das Entwickeln von Hochleistungsteams

- Das strukturierte Identifizieren von Talenten, Key Playern und zukünftigen Leistungsträgern:innen
- Analyse zu Status Quo zum gezielten Aufdecken und Schliessen von Leistungs- und Kompetenzgaps
- Gestaltungsmöglichkeiten mit den vorhandenen Ressourcen sowie Heben individueller Leistungspotenziale
- Methode zur Steigerung der Motivation, Leistungsbereitschaft und Leistungsfähigkeit eines jeden Einzelnen – Motivationstheorien und Menschenbilder
- Merkmale von Hochleistungsteams: Gruppe, Team oder Hochleistungsteam?
- Implementierung einer Hochleistungskultur zur Verringerung von Ineffizienzen – wie es gelingen kann

Optimierung von Strukturen und Prozessen

- Welche Führungsstruktur eignet sich zur Steigerung der Leistung und Innovation?
- Wie kann Bewährtes bewahrt und Neues integriert werden? – ein Schritt-für-Schritt Ansatz
- Informationsfluss im Hochgeschwindigkeitsmodus – welche Voraussetzungen notwendig sind

- Das gezielte Erzeugen von Pull-Effekten und deren positive Wirkung auf individuelle Leistungssteigerungen

Hochleistungsorientiertes Führungskonzept

- Erhöhung der eigenen Führungsleistung – Freiräume schaffen zur besseren Fokussierung auf das Wesentliche
- Arbeiten im Hochgeschwindigkeitsmodus – strukturierte Entscheidungsfindung, wenn es darauf ankommt
- Steigerung der eigenen Wirksamkeit
- Schlüsselfaktoren für mehr Impact
- Optimierung des Selbstmanagements zum Meistern von zunehmenden bürokratischen und regulatorischen Anforderungen
- Schaffung von eigenverantwortlichen Teams und Erhöhung der Selbststeuerung
- Konsequenzen für den eigenen Führungsstil
- Daten sammeln, auswerten und nutzen: Eine Anleitung zu gezielter Leistungsentwicklung und -steuerung von Mitarbeitenden
- Transparenz, Konsequenz und Kommunikation: wie Leader von Spitzenteams diese Werte in der Praxis umsetzen

Change-Management: Wandel erfolgreich umsetzen

Durchführungen

2025

Nr. 73425 **4. Durchführung 2025**
9. – 11. Dezember 2025
Zürich

2026

Nr. 73126 **1. Durchführung 2026**
23. – 25. März 2026
Davos

Nr. 73226 **2. Durchführung 2026**
8. – 10. Juni 2026
Bregenz

Nr. 73326 **3. Durchführung 2026**
5. – 7. Oktober 2026
Brunnen

Nr. 73426 **4. Durchführung 2026**
1. – 3. Dezember 2026
Zürich

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/73

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, die mit komplexen Veränderungen konfrontiert sind
2. Verantwortliche von Veränderungsprozessen in Unternehmen
3. Interne und externe Berater, welche Veränderungsprozesse unterstützen und begleiten
4. Führungsverantwortliche mit Mitarbeitern, die in Change Prozessen involviert sind



Konzept

Die erfolgreiche Umsetzung von Veränderungen ist in der heutigen Zeit der grossen Umbrüche enorm wichtig. Mit blosser Kommunikation von Veränderungsnotwendigkeiten ist es längst nicht mehr getan. Denn Konzentrationsprozesse, Kostendruck, Wachstums- und Innovationszwang infolge des disruptiven Technologieschubes erzeugen aktuell eine fast unglaubliche Dynamik. Dies erfordert einen raschen Change der Denkhaltung, erfordert gezielte Eingriffe in Organisation, Wertschöpfungsketten und Kultur. Die Steuerung eines solchen Prozesses gehört zu den schwierigsten Managementaufgaben überhaupt.

Dieses Intensivseminar vermittelt Ihnen das dafür notwendige Wissen und Handwerkszeug, um Veränderungen zu planen und gezielt umsetzen zu können.

Themen

Folgende Fragestellungen werden – neben vielen anderen – gezielt vertieft und beantwortet:

- Wie können die richtigen Voraussetzungen für ein erfolgreiches Change Management geschaffen werden?
- Welche Analyseinstrumente sind hilfreich, um frühzeitig Umsetzungsaspekte integrieren zu können?
- Wie ein systematisches Change Management spürbar mehr Umsetzungserfolge zu erzielen vermag.

- Sollen strategische Veränderungen evolutionär oder revolutionär umgesetzt werden?
- Wie werden Veränderungen erfolgreich kommuniziert?
- Wie können Mitarbeiter zu Veränderungen motiviert werden: Wie gelingt es, Change in den «Köpfen zu verankern»?
- Welche Formen des Widerstandes zu erwarten sind: Wie kann die Führungskraft damit umgehen?
- Welches Verhalten von Führungskräften in Change Prozessen garantiert nicht zum Erfolg führt?
- Warum gelingt es vielen Unternehmen nicht, die Chance von Veränderungen positiv zu nutzen und die Herzen der Beteiligten zu erreichen?
- Sind spezielle Führungsformen in Veränderungssituationen erwünscht?
- Wie kann ein Umsetzungsprozess dramaturgisch begleitet werden?
- weg von Zuckerbrot und Peitsche: Kraft durch Begeisterung für gemeinsame Ziele.
- Masterplan und Key Performance Indicators: Dos and Don'ts in Change Management Prozessen



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e73

Die eigene Managementkraft weiter ausbauen

Führung & Kommunikation

Durchführungen

2026

Nr. AV7216 1. Durchführung 2026

- 1. Teil 2.–4. Februar 2026, Berlin
- 2. Teil 9.–12. März 2026, Köln

Nr. AV7226 2. Durchführung 2026

- 1. Teil 23.–25. März 2026, Bregenz
- 2. Teil 22.–25. Juni 2026, Brunnen

Nr. AV7236 3. Durchführung 2026

- 1. Teil 29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz
- 2. Teil 21.–24. September 2026, Bregenz

Nr. AV7436 4. Durchführung 2026

- 1. Teil 5.–7. Oktober 2026, St.Gallen
- 2. Teil 23.–26. November 2026, Stuttgart

Nr. AV7536 5. Durchführung 2026

- 1. Teil 16.–18. Nov. 2026, Stuttgart
- 2. Teil 8.–11. März 2027, Köln

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av72

Aufbau

Teil 1: Advanced Leadership. 3 Tage

Teil 2: Führungsverhalten und Kommunikation. 4 Tage.

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte und Spezialisten mit Erfahrung und Erfolgsausweis
2. Verantwortliche bedeutender Projekte
3. Leiter(innen) von bedeutenden Funktionen

Konzept

Gute Führung beginnt dort, wo es es darum geht, eine grössere Zahl von Menschen auf gemeinsame Resultate auszurichten. Dazu braucht es ein vertieftes Verständnis über die Art und Weise,

- wie Führung in einer Organisation mit mehreren Hierarchiestufen funktionieren kann
- wie direkte und indirekte Führung zusammenwirken
- wie man Mitarbeitende in einer modernen Arbeitswelt führt, dynamisiert und auf Leistung ausrichtet

Je grösser die Organisation, umso schwieriger ist es, als Leader auf die oder den Einzelnen einzuwirken. Dennoch muss dies erreicht werden, um die volle Wirkung als Führungskraft zu erzielen. Welche Instrumente und Methoden stehen dafür zur Verfügung? Wie müssen Sie eingesetzt werden?

Themen

Die eigene Rolle als Leader kennen

- Vorgaben und Handlungsspielräume für die Führungsleistung
- Die Bedeutung von Leadership für die eigene Funktion

Best Practices für Leadership

- Was gute Führungsleistung bewirkt
- Führung als Leistungs-Verstärker
- Warum erfolgreiche Leader bessere Resultate erzielen
- Wie sie dabei vorgehen
- Beispiele aus der Praxis

Mitarbeiter zum Erfolg führen

- Motivation und Arbeitszufriedenheit
- Die Pflicht zur Leistung einfordern
- Potenziale der Mitarbeiter erkennen und fördern
- Standards und Grundsätze vereinbaren

Teams bewegen

- Einstellung der Mitarbeiter zu Wandel und Veränderung steuern
- Führen von Teams: die Erfolgsfaktoren
- Teamarbeit und Arbeitsproduktivität

Fokussieren auf Resultate

- Mitarbeiter, Teams und Organisation auf ehrgeizige Ziele ausrichten

Beziehungsmanagement

- Pflege zwischenmenschlicher Beziehungen
- Aus Gegnern im Unternehmen Fans, engagierte Mitstreiter oder zumindest deeskalierte Neutrale machen

Konfliktmanagement, Verhalten in schwierigen Situationen

Wenn Konflikte unter Mitarbeitenden bei Ihnen ankommen: Was tun?

- Persönliche oder systembedingte Konflikte?
- Die positive Kraft der Konflikte nutzen
- Soziale Kompetenz als Voraussetzung zur Konfliktlösung

Kommunizieren und Überzeugen

- Kommunikation als Basis erfolgreicher Führung
- Wie kann ich den Gehalt meiner Botschaften schärfen?
- Wie kann ich die Form meiner Kommunikation verbessern?
- Wirken vor Vorgesetzten
- Persönlichkeit beweisen im Umgang mit Mitarbeitern

Corporate Leadership: Einen Unternehmensbereich führen

Durchführungen

2025

- Nr. AV3745 **4. Durchführung 2025**
 1. Teil 8. – 11. Dezember 2025, St.Gallen
 2. Teil 2. – 5. März 2026, Davos

2026

- Nr. AV3716 **1. Durchführung 2026**
 1. Teil 16. – 18. März 2026, St.Gallen
 2. Teil 16. – 17. September 2026, Online

- Nr. AV3726 **2. Durchführung 2026**
 1. Teil 8. – 10. Juni 2026, St.Gallen
 2. Teil 16. – 17. September 2026, Online

- Nr. AV3736 **3. Durchführung 2026**
 1. Teil 21. – 23. Sep. 2026, St.Gallen
 2. Teil 2. – 3. Dezember 2026, Online

- Nr. AV3746 **4. Durchführung 2026**
 1. Teil 23. – 25. November 2026, St.Gallen
 2. Teil 2. – 3. Dezember 2026, Online

Dauer: 3 + 2 Tage

Seminargebühr: CHF 7500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av37

Zielgruppe (w/m)

Das Programm richtet sich an Executives und erfahrene Führungskräfte aus der zweiten und dritten Managementebene bedeutender Unternehmen. Ihnen gemeinsam ist, dass sie mit motivierender Führung alleine ihren Verantwortungsbereich nicht ausreichend führen können. Was es zusätzlich braucht, sind zusätzliche Führungskompetenzen: Richtung vorgeben, für die gemeinsame Zukunft begeistern, die richtigen Ziele setzen, Kultur prägen, Management Qualität forcieren, Werte vorleben, Veränderungen bewirken, Entscheidungen im eigenen Verantwortungsbereich durchsetzen.

Konzept

Führen ist Mitarbeiterführung. Auch, aber nicht nur. Wer für einen bedeutenden Bereich eines Unternehmens zuständig ist, weiss: Mit den bewährten Methoden der Mitarbeiterführung alleine lässt sich eine Organisation nicht führen. Es braucht mehr. Es braucht Corporate Leadership. Dieses Programm vermittelt das notwendige Wissen und Instrumentarium für diese höchste Form des Leadership.

Themen

Teil 1: Richtung vorgeben

Corporate Leadership

- Den Weg in die Zukunft weisen
- Das Unternehmen in die gewollte Richtung lenken
- Modell der Unternehmensführung

Die vorgegebene Mission

- Was die Entscheider wollen
- Was die Aufgabe des Unternehmens sein soll

Vision, Werte, Verhalten

- Die Rolle des Unternehmens in Zukunft
- Die einzuhaltenden Werte
- Das erwartete Verhalten

Oberste Ziele, Leitplanken

- Mit Zielvorgaben steuern
- Mit Leitplanken lenken

Strategie und Ressourcensteuerung

- Szenarien, Trends, Technologie
- Identität heute und morgen
- Kerngeschäft ausbauen, Neugeschäft aufbauen

Teil 2: Team-Management

High Performance Teams steuern

Wie werden dank gekonntem Team Management unternehmerisches Denken gefördert, Verantwortung übertragen, Chancen dank agilem Verhalten erkannt und genutzt, Eigeninitiative gestärkt und eine Kultur der Mitgestaltung im Team etabliert?

Coach und Sparringpartner

Der Rolle der Führungskraft als Coach und Sparringspartner:

- Wie gelingt es, Vertrauen aufzubauen, ohne an Klarheit und Entscheidungsstärke zu verlieren?
- Wie können Zielkonflikte, Machtverhältnisse und unterschiedliche Führungsstile produktiv gemacht werden?

Wirksamkeit der Führung ausbauen

Die Teilnehmenden reflektieren ihre eigene Führungsrolle und entwickeln konkrete Handlungskonzepte für ihren Führungsalltag.

Internationale Teams führen

Ein zusätzlicher Schwerpunkt ist das internationale Team-Management – mit Fokus auf interkulturelle Führung, virtuelle Zusammenarbeit und globale Kommunikationsstrategien.



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch in Englisch: www.sgbs.com/eav37

Leading Change – Führen in Zeiten des Wandels

Durchführungen

2025

Nr. AV3234	3. Durchführung 2025
1. Teil	9. – 11. Dezember 2025, Zürich
2. Teil	24. – 26. März 2025, Luzern

2026

Nr. AV3216	1. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 25. März 2026, Davos
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz

Nr. AV3226	2. Durchführung 2026
1. Teil	8. – 10. Juni 2026, Bregenz
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz

Nr. AV3236	3. Durchführung 2026
1. Teil	5. – 7. Oktober 2026, Brunnen
2. Teil	16. – 18. Nov. 2026, Stuttgart

Nr. AV3246	4. Durchführung 2026
1. Teil	1. – 3. Dezember 2026, Zürich
2. Teil	14. – 16. Dezember 2026, Berlin

Nr. AV3256	5. Durchführung 2026
1. Teil	1. – 3. Dezember 2026, Zürich
2. Teil	1. – 3. März 2027, Berlin

Dauer: 3 + 3 Tage

Seminargebühr: CHF 6900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av32

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte und Spezialisten mit Veränderungs-Aufgaben
2. Bereichs-, Abteilungsleiter und Verantwortliche bedeutender Projekte

Konzept

Zeiten des Wandels sind immer Zeiten grosser Chancen. Wer sich dem Wandel stellt und aktiv Veränderungen herbeiführt, geht den kurzfristig zwar mühsameren, auf Dauer jedoch Erfolg versprechenderen Weg. Zur Aufgabe des Managements gehört es, diesen Weg zu beschreiten, voranzugehen und andere zu befähigen, den notwendigen Wandel und die gewollte Erneuerung zu gestalten.

Warum Teilnehmen?

- Sie wollen sich und Ihre Mitarbeitenden fit für den Wandel machen
- Sie arbeiten in einem Umfeld mit hoher Veränderungsdynamik und wollen die Prinzipien des Change Managements erlernen und anwenden
- Sie wollen die Erfolgsprinzipien des Change Managements in Ihre tägliche Führung integrieren

Themen

Erfahrung und Veränderung

Erfahrung ist wichtig und hilft, teuer bezahltes Lehrgeld gewinnbringend und multiplikativ anzuwenden. Ändern sich Umfeld oder wichtige Parameter, wird aus gewinnbringender Erfahrung schnell einmal stures Beharren auf dem Altbewährten. Was es daher braucht, ist eine klug abgestimmte Mischung aus Erfahrung und Veränderung.

Notwendige Veränderungen erkennen

Neues ist meist mit höheren Risiken und Aufwendungen verbunden als das Bewährte. Neues bedingt eine Veränderung des Verhaltens. Die meisten Menschen sind jedoch nicht sehr neuerungsfreundlich. So vergeht wertvolle Zeit. Unternehmen, die erst unter enormem Leistungsdruck zu Veränderungen bereit sind, gefährden ihre Zukunft!

Handlungsbedarf thematisieren

Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer. Wie kann der erkannte Veränderungsbedarf zu einem «Thema» gemacht werden? Zu einem Thema, das alle Entscheidungsträger bewegt. Wie wird auf breiter Front aus einem Thema eine Bewegung?

Anpassungs-Entscheidungen

Mit Strategien und Konzepten wird auf die Dynamik des Umfeldes reagiert. Aus Papier muss dann aber gelebte Zukunft

werden. Eine Vielzahl von Führungskräften und Mitarbeitern muss von der Notwendigkeit der Anpassungsschritte überzeugt werden. Zusätzlich sind auch Stakeholders wie Aktionäre, Investoren und Arbeitnehmervertreter zu integrieren.

Für Neues begeistern

Grosse Veränderungen machen Angst und führen zu offenem oder verstecktem Widerstand. Die meisten Menschen in einer Organisation reagieren zögerlich. So kann Neues kaum wirkungsvoll realisiert werden. Es braucht eine kritische Masse der Begeisterten, eine Vielzahl an motivierten Change Agents und nur wenige, die das Neue bekämpfen

Leadership im Wandel

Daraus ergibt sich nun die grosse Führungsaufgabe des Leaders. Wer aus dem Heute den Weg in die Zukunft gemeinsam mit einem motivierten Team gehen will, benötigt ein komplettes «Handwerkszeug des Veränderungs-Managements». Es ist Aufgabe dieses Programms, ein solches zur Verfügung zu stellen und anhand konkreter Beispiele anwendbar zu machen.

Change Management Ausbildung

Dieses Programm ist die ideale Change Management Ausbildung bei Unternehmen mit anspruchsvollen Veränderungsaufgaben.

Führung und Hochleistungsorganisation

Durchführungen

2025

Nr. 66425	4. Durchführung 2025
1. Teil	24. – 26. Nov. 2025, Stuttgart
2. Teil	1. – 4. Dezember 2025, Luzern

2026

Nr. 66126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 4. Februar 2026, Berlin
2. Teil	20. – 23. April 2026, Köln

Nr. 66226	2. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 25. März 2026, Bregenz
2. Teil	20. – 23. April 2026, Köln

Nr. 66326	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz
2. Teil	7. – 10. September 2026, Berlin

Nr. 66426	4. Durchführung 2026
1. Teil	5. – 7. Oktober 2026, St.Gallen
2. Teil	14. – 17. Dezember 2026, Luzern

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/66

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte aus dem oberen und mittleren Management, die Ihre Wirksamkeit und Leistungskraft steigern möchten.
2. Manager, Unternehmer und Fachspezialisten, die erfahren möchten, mit welchen smarten Methoden es gelingt, Hochleistung zu erbringen und gleichzeitig eine ausgeglichene Work-Life-Balance zu haben.

Konzept

Wo sich in immer kürzeren Zeitabständen immer wieder Vieles ändert, braucht es Agilität und Dynamik. Wie erreicht man Agilität, wie eine dynamische Hochleistungsorganisation? Wie bewirkt man als Führungskraft Fitness für Wandel? Wie Exzellenz und Performance?

Aufbau

Teil 1: Advanced Leadership, 3 Tage. Qualität der Führung als wichtigste Kernkompetenz.

Teil 2: Die eigene Hochleistungsorganisation gestalten. 4 Tage.

Themen

Teil 1: Advanced Leadership

Leadership Performance

- Die persönliche Multiplikationswirkung bewusst steuern
- Die Optimierung des persönlichen Einflussverhaltens

Wirksamkeit und Schlagkraft

- Die Steigerung der persönlichen Wirksamkeit und Leistungskraft
- Mit welchen Methoden arbeiten eigentlich die Besten?
- Best-Practice-Methodenkoffer der Produktivität

High Performance Coaching

- Mitarbeiter durch Coaching zur Eigenverantwortung führen
- Soziale Kompetenz in Veränderungsprozessen

Lebensgestaltung, Work-Life Balance

- Die Kombination von Leistung und Life Balance
- Fokusfelder der persönlichen Lebensgestaltung
- Mentales Cockpit – Wie steuere ich Emotionen

Teil 2: Hochleistungs-Organisation

Die Organisation dynamisieren

- Neue Konzepte für agile Unternehmen
- Fit für Digitalisierung und Technologiebrüche

Die Hochleistungsorganisation

- Smart: Schlanke Organisation
- Agil: Flexible Strukturen
- Connected: Vernetzte Organisation
- Digital: Digitalisierung von Geschäftsprozessen
- Flache Hierarchien und Erweiterung der Entscheidungskompetenz

Performance: Überdurchschnittliche Leistung

- Das Performance Management
- Fokus Leistung. Fokus Motivation.
- Überdurchschnittliche Resultate

Change Management

- Die Tragweite von organisatorischem Wandel
- Die Instrumente des Change Managements
- Veränderungen im Unternehmen umsetzen
- Soziale Kompetenz in Veränderungsprozessen





Management Weiterbildung für
Executives & Führungskräfte

Führungskompetenz & Führungsverhalten

St. Galler Führungsseminar	88
Die effektive Führungspersönlichkeit	89
Führen, Auftreten, Wirken	90
Führen von Teams	91
Die souveräne Führungspersönlichkeit	92
Führungsverhalten und Führungskompetenz	93
St. Galler Team Management Programm	94
Team-Management im Internationalen Unternehmen	95
St. Galler Teamleiter Seminar	96
Seminar Persönlichkeitsentwicklung	97
St. Galler Führungstraining	98



St. Galler Führungsseminar

Der nachhaltige St. Galler Führungsansatz

Durchführungen

2025

Nr. 63525 **5. Durchführung 2025**
1. – 4. Dezember 2025
Davos

Nr. 63625 **6. Durchführung 2025**
1. – 4. Dezember 2025
Zürich

2026

Nr. 63126 **1. Durchführung 2026**
26. – 29. Januar 2026
St.Gallen

Nr. 63226 **2. Durchführung 2026**
16. – 19. März 2026
Stuttgart

Nr. 63326 **3. Durchführung 2026**
15. – 18. Juni 2026
Bregenz

Nr. 63426 **4. Durchführung 2026**
14. – 17. September 2026
Brunnen

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/63

Zielgruppe (w/m)

Das St. Galler Führungsseminar richtet sich an

1. Führungskräfte, Ergebnis- oder Projektverantwortliche aus allen Bereichen, die eine praxisbezogene Gesamtsicht moderner Führung wünschen und erprobte Führungsinstrumente, Methoden und Verhaltensweisen trainieren wollen
2. Führungsverantwortliche, die bereits befördert oder für eine neue Position vorgesehen sind, mit dem Ziel, ihre Führungsleistungen aufgrund neuer Aufgaben oder Kompetenzen zu hinterfragen und zu optimieren
3. Leiter:innen von Abteilungen oder Teams, die auch in schwierigen Situationen kompetent führen wollen

Nutzen

Teilnehmende am St. Galler Führungsseminar der SGBS erwarten praxisnahe Impulse zur Stärkung ihrer Führungskompetenz. Sie profitieren vom Austausch mit erfahrenen Referenten und Führungskräften. Das Seminar fördert Führungskompetenz und persönliche Wirkung im Management-Alltag.

Konzept

Wie erzielt man als Führungskraft die bestmögliche Wirkung? Eingebettet in die Logik des St. Galler Führungskonzepts trainieren wir mittels neuester Erkenntnisse die zentralen Elemente moderner Führung. Die Teilnehmenden gewinnen Einblick in ihr eigenes Führungsverhalten. Sie erkennen in welchen Bereichen sie ihr eigenes Führungsverhalten optimieren können. Ebenso erfahren sie, welche einfachen Kniffs und Tricks gerade in Situationen alltäglicher Führungsarbeit Wunder wirken können.

Themen

Führen mit den Instrumenten der Führungslehre: Leistung dank Motivation

- Agilität als Führungsprinzip
- Psychologische Typologien für die Praxis: Verhaltensmuster von Chefs, Kollegen und Mitarbeitenden verstehen und nutzen
- Handlungsspielräume für unterschiedliche Charaktere definieren, die Verhalten, Kompetenz und Leistung beeinflussen
- Vom Fordern und vom Fördern: Prozesse, die Verhalten und Leistung steuern
- Virtuelle Führung: Umgang mit «virtuellen» Mitarbeitenden und Teams

Psychologie der Führung: Ohne Selbsterkenntnis und Selbstführung funktioniert es nicht

- Zielgerichtete Selbstführung: Das eigene Führungsverhalten muss zur Persönlichkeitsstruktur passen
- Analysen und Denkstildiagnosen für den Führungsalltag: Eigene Entscheidungs- und Verhaltensmuster im Voraus entwickeln
- Die Wirkung der eigenen Persönlichkeit auf andere kennen, den persönlichen Wirkungsgrad steigern, überzeugen und sich durchsetzen
- Opportunitäten statt Konflikte schaffen: Persönlichkeitsunterschiede von Kollegen, Chefs und Mitarbeitenden richtig nutzen

Führen im Sturm und wenn es weh tut

- Umgang mit schwierigen Situationen und Dauerbelastung: Resilienz im Team steigern
- Die eigene Person und Teams «in Action»: Stress bei sich und anderen erkennen und managen
- Die eigene Haltung positiv beeinflussen: Wie souveränes und achtsames Agieren geht
- Emotionale Intelligenz in der Führung bewusst einsetzen

Die effektive Führungspersönlichkeit

Durchführungen

2025

Nr. 62525 **5. Durchführung 2025**
17. – 20. November 2025
Zürich

Nr. 62625 **6. Durchführung 2025**
8. – 11. Dezember 2025
St. Gallen

2026

Nr. 62126 **1. Durchführung 2026**
23. – 26. Februar 2026
Brunnen

Nr. 62226 **2. Durchführung 2026**
27. – 30. April 2026
Köln

Nr. 62326 **3. Durchführung 2026**
6. – 9. Juli 2026
Bregenz

Nr. 62426 **4. Durchführung 2026**
14. – 17. September 2026
Lenzerheide

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/62

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, die sich intensiv mit ihrer Führungsrolle auseinandersetzen
2. Fachkräfte, Nachwuchskräfte und Projektleiter, die wissen wollen, wo exakt ihre Talente und Kernfähigkeiten liegen und wie sie diese im Berufsalltag optimal zur Anwendung bringen
3. Jüngere Personen mit Führungsverantwortung, die mehr Führungswirkung entfalten wollen

Konzept

Wer führen möchte, muss Führungspersönlichkeit sein. In diesem Sinne sind Führungskräfte in erster Linie Vorbilder. In diesem Intensivseminar bekommen Sie die Impulse zur systematischen Weiterentwicklung und Vertiefung Ihrer Führungspersönlichkeit. Sie trainieren Ihr Führungsverhalten und den effektiven Umgang mit Mitarbeitern, Vorgesetzten und Kollegen. Dadurch können Sie mehr Führungswirkung entfalten, haben mehr Ausstrahlung und schaffen so die Voraussetzung für mehr Erfolg in der Führungsarbeit.

Themen

Grundlagen der Persönlichkeit

- Kurzabriss über die wichtigsten Konzepte des Persönlichkeitsmanagements
- Führungstechniken in der Praxis
- Selbsterkenntnis als Voraussetzung für richtiges Führungsverhalten
- Typische Führungsfehler und -fallen
- Check der eigenen Persönlichkeit
- Meine inneren Antreiber, meine Einstellungen: Persönliche Vision
- Aufspüren von Talenten und Fähigkeiten
- Verschiedene Persönlichkeitstests
- Was ist Motivation?
- Selbstdisziplin

Führungssouveränität

- Technik des Modeling: Was zeichnet charakterstarke Persönlichkeiten aus? Menschenkenntnis stärken
- Authentizität: Von innen heraus stark wirken
- Mit «Life Balance» zur psychologischen Stabilität

- Die Schwerpunkte liegen auf dem Verhaltenstraining des Vorgesetzten und dem praktischen Bewältigen verschiedener Situationen anhand von Rollenspielen

Persönliche Führungskompetenzen

- Emotionale und soziale Kompetenz
- Agilität und Handlungskompetenz
- Gutes Zeitmanagement
- Stresskompetenz und Resilienz
- Umsetzungs-Kompetenz

Kommunikation und Rhetorik

- Den eigenen Führungsstil weiterentwickeln: Balance zwischen Hard- und Softlining
- Arbeit mit Kollegen und mit/in Teams
- Mein persönliches Rhetorik & Kommunikationsverhalten
- Wirkung durch Körpersprache, Sympathiewerte schaffen
- Gekonnt Präsentieren und Auftreten
- Aktives Zuhören als Voraussetzung, Gesprächsbarrieren, Tipps für Mitarbeitergespräche, Auftreten in Verhandlungen

Führen, Auftreten, Wirken

Durchführungen

2025

Nr. 67525	5. Durchführung 2025
1. Teil	24. – 27. November 2025, Horn
2. Teil	1. – 3. Dezember 2025, Köln

2026

Nr. 67126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 12. März 2026, Köln
2. Teil	23. – 25. März 2026, Berlin
Nr. 67226	2. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Brunnen
2. Teil	28. – 30. Sept. 2026, Stuttgart
Nr. 67326	3. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 24. September 2026, Bregenz
2. Teil	2. – 4. Dezember 2026, Köln
Nr. 67426	4. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. November 2026, Stuttgart
2. Teil	2. – 4. Dezember 2026, Köln

Dauer: 4 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 6900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/67

Zielgruppe (w/m)

Führungskräfte, Fachkräfte und Leistungsträger aus allen Bereichen, die

- ihre Persönlichkeit gezielt reflektieren und weiterentwickeln wollen
- ihr Wissen über Effektivität, Persönlichkeit und Führungsverhalten im Führungsalltag einsetzen wollen
- systematisch ihre persönliche Produktivität und ihren Wirkungsgrad verbessern wollen
- sich ihrer Ausstrahlung und Wirkung bewusster werden möchten und Impulse für Optimierungen suchen

Konzept

Wer Ziele erreichen will, benötigt fundierte Kenntnisse zu Führen, Auftreten, Wirken und Kommunikation.

Zu wissen, wo Stärken, Schwächen und Schmerzpunkte liegen, ist unerlässlich.

Zusätzlich braucht es den unabdingbaren Willen, sich und sein Verhaltensrepertoire zu überprüfen und zu erweitern. So gelangen Sie zu nachhaltigem Führungserfolg, so erreichen Sie das «Mehr», das Sie tatsächlich wollen.

Genau hier setzen die 2 Seminarteile an: Sie lernen unterschiedliche «Verhaltens- und Wirkungs-Strategien» im Führungsalltag: Hohe Ziele erreichen, Konflikte, Widerstände, schwierige Entscheidungen, Ängste, Stress, Arbeit in Teams, Reden vor Publikum. Gleichzeitig trainieren Sie, wie Sie in Ihrem Auftreten, Kommunizieren und Verhandeln gegen Aussen wirken und optimieren so Ihren Führungs-, Arbeits- und Managementstil.

Themen

Führungssouveränität

Merkmale erfolgreichen Führungs- und Leadership-Verhaltens

Selbstreflektion

Führungsaufgaben bewusst angehen, richtiger Umgang mit Mitarbeitern, Vorgesetzten und Kunden in unterschiedlichen Situationen

Persönlichkeit

Verhaltensweisen, die Anerkennung und Respekt bewirken, Wege zu mehr Gelassenheit, «Life Balance» und Souveränität

Passion

Motivieren, Begeistern, Kommunizieren: Beziehungsqualität, Menschenkenntnis und Vertrauen

Rhetorik und Sprache

Wirkungsvoll sprechen, Grundmuster erfolgreicher Rhetorik, bewusste und unbewusste Signale an Empfänger

Wirken, Ausstrahlung, Wirkung

Produktiv arbeiten und führen, Wirkung führt zur Marke «Ich» – oder wie will ich gesehen werden?

Führen und Kommunizieren

- Gewinnende Gesprächsführung: Sympathie und Kompetenz ausstrahlen
- Gesetzmässigkeiten für wirkungsvolle Kommunikation

Führungs- und Kommunikations-Training

- Training konkreter Situationen aus dem Alltag
- Sich selbst kennenlernen – und Feedback zur Optimierung des eigenen Führungs- und Kommunikationsverhaltens



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e67

Führen von Teams

Durchführungen

2025

Nr. 68525	5. Durchführung 2025
1. Teil	1.–4. Dezember 2025, Davos
2. Teil	9.–11. März 2026, Köln

2026

Nr. 68126	1. Durchführung 2026
1. Teil	26.–29. Januar 2026, St.Gallen
2. Teil	9.–11. März 2026, Köln

Nr. 68226	2. Durchführung 2026
1. Teil	16.–19. März 2026, Stuttgart
2. Teil	15.–17. Juni 2026, Bregenz

Nr. 68326	3. Durchführung 2026
1. Teil	15.–18. Juni 2026, Bregenz
2. Teil	28.–30. September 2026, Stuttgart

Nr. 68426	4. Durchführung 2026
1. Teil	14.–17. September 2026, Brunnen
2. Teil	4.–6. November 2026, St.Gallen

Nr. 68526	5. Durchführung 2026
1. Teil	2.–5. November 2026, Luzern
2. Teil	19.–21. April 2027, Köln

Dauer: 4 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 6900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/68

Zielgruppe (w/m)

1. Junge Führungskräfte, Nachwuchs- und Fachkräfte, die zunehmend im Team arbeiten und dabei eine motivierende und leistungsfördernde Rolle innehaben oder übernehmen
2. High Potentials, die ihr Wissen und Können auf den neuesten Stand bringen wollen

Konzept

Von der Fähigkeit, ein respektiertes und gesuchtes Teammitglied zu sein, hängt die «Produktivität» des modernen Mitarbeitenden in entscheidendem Masse ab. Dazu braucht es Führungskompetenz und ein gewinnendes Führungsverhalten. (Teil 1). Es braucht aber auch die Fähigkeit, Mitarbeitende zu leistungsfähigen Teams zu formen und diese Teams wirkungsvoll und motivierend zu führen. (Teil 2).

Themen

Persönliche Zusammenarbeitskompetenzen

- Sich für das Ganze einsetzen, Einzelgeismen zurückstellen
- Offen kommunizieren, Vertrauen aufbauen und nicht zerstören
- Empathie zeigen, sich für die persönlichen Belange der Kolleginnen und Kollegen einsetzen
- Leistungsorientiertheit ins Team tragen – und selbst Vorbild sein
- Gruppenspezifische Rollen kennen, die eigene Rolle situativ einnehmen

Führung und Kommunikation

- Respektvoller und motivierender Umgang miteinander
- Verhalten in schwierigen Situationen
- Führungsfehler vermeiden
- Enthusiasmus in das Team tragen

Die richtigen Management Instrumente einsetzen

- Fokussierung auf das Wichtige
- Optimales Ressourcenmanagement
- Sinnvolle Delegation
- Klares Verantwortungs-Management

Erfolgsfaktoren für Teamleistung

- Sich als wertvolles Teammitglied positionieren
- Praxistipps der Erfolgreichen: Was braucht es, um die Zusammenarbeit im Team zu optimieren?

Führen als Coach und Mentor

- People Empowering und das Prinzip Selbstverantwortung: Potenziale der Effizienzsteigerung in Teams erkennen und ausschöpfen
- Wenn Fleiss nicht mehr ausreicht: Mitarbeiterentwicklung, Delegationsprinzipien, Vertrauensbildung, «winning spirit» und Enthusiasmus – auch bei virtuellen Teams

Hochleistungsteams aufbauen

- Wie aus einer Gruppe von Mitarbeitenden ein Team entsteht
- Die Gesetzmässigkeiten für wirkungsvolles Verhalten im Team
- Die Gesetzmässigkeiten für die Führung eines Hochleistungsteams

Die souveräne Führungspersönlichkeit

Gute Menschenkenntnis, überzeugendes Auftreten, souverän als Führungskraft.

Durchführungen

2025

Nr. 78425 **4. Durchführung 2025**
1. – 3. Dezember 2025
Köln

2026

Nr. 78126 **1. Durchführung 2026**
23. – 25. März 2026
Berlin

Nr. 78226 **2. Durchführung 2026**
15. – 17. Juni 2026
Zürich

Nr. 78326 **3. Durchführung 2026**
28. – 30. September 2026
Stuttgart

Nr. 78426 **4. Durchführung 2026**
2. – 4. Dezember 2026
Köln

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/78

Zielgruppe (w/m)

Teilnehmende sind Führungskräfte, die ihre eigene Wirkung auf Dritte prüfen und justieren wollen. Die Teilnehmenden wollen Ihr Auftreten und Wirken selbst erkennen und, wo nötig, anpassen.

Seminarziele

Mit diesem Seminar wird die Möglichkeit geboten, das eigene Auftreten und den ersten Eindruck, den man selbst abstrahlt, zu erkennen, zu bestätigen oder zu verbessern. Mit dem Besuch dieses Seminars können Sie erkennen, ob das von Ihnen gewünschte Soll mit dem wahrgenommenen Ist in Übereinstimmung ist und wo und wie nachgebessert werden sollte. Zudem überprüfen Sie ihre Effektivität als Führungskraft. Sie lernen neue Techniken, um die Leistung der Mitarbeitenden bei gleichzeitiger hoher Arbeitszufriedenheit zu optimieren.

Auftreten und Wirken

Persönlichkeits-Seminar mit bahnbrechenden Erkenntnissen für Führungskräfte.

Konzept

Im Geschäftsleben gibt es zahlreiche Situationen, in denen der erste Eindruck über Erfolg oder Misserfolg entscheidet. Nicht die Persönlichkeit, wie sie wirklich ist, wird wahrgenommen, dafür ist die Zeit viel zu kurz und der Fokus rein geschäftlich ausgerichtet. Vielmehr geht es um die Persönlichkeit, wie sie nach wenigen Sekunden, nach einem Handschlag mit einigen Sätzen oder nach einem «Smalltalk» wahrgenommen und in Erinnerung bleibt. Es ist der erste Eindruck, der für diese erste Persönlichkeitswahrnehmung massgeblich ist. Führungskräfte sollten erkennen, welchen ersten Eindruck sie selbst hinterlassen. Sie sollten erkennen, was sie mit einfachen und schnell umsetzbaren Mitteln tun können, um souverän aufzutreten und sympathisch und kompetent zu wirken. Wer souverän auftritt, muss aber auch «liefern». Die hohe Erwartungshaltung muss durch Leistung und Effektivität bestätigt werden. Führungskräfte benötigen eine hohe Effektivität im Geschäftsalltag. So steigern Sie Ihre persönliche Leistung, aber auch den Wirkungsgrad ganzer Teams und Organisations-Einheiten.



Themen

Was ist zu tun, um in beruflichen Situationen souverän aufzutreten und überzeugend zu wirken?

- Der erste Eindruck: Oberflächlich, aber wichtig
- Gesetzmässigkeiten menschlicher Wahrnehmung
- Voraussetzungen für Sympathie, Vertrauen und positives Wahrnehmen
- Souveränes Auftreten: Was gehört dazu? Die Elemente.
- Wie wirke ich? Übung und Feedback in Kleinst-Gruppe
- Training von Optimierungs-Massnahmen
- Empfehlungen zur Umsetzung und Vertiefung

Die persönlichen Stärken als Führungspersönlichkeit nutzen

- Sich selbst kennen: Wo stehe ich auf dem Weg zur souveränen Führungspersönlichkeit?
- Dank Menschenkenntnis und Beobachtung von Verhaltensweisen andere Menschen besser verstehen
- Dieses Verstehen nutzen, um die eigenen Stärken in wichtigen Momenten gekonnt zum Einsatz zu bringen
- Wie will ich wirken, welches «Personal Image» will ich aufbauen und pflegen?

Führungsverhalten und Führungskompetenz

Durchführungen

2025

Nr. 52425 **4. Durchführung 2025**
24. – 27. November 2025, Horn

2026

Nr. 52126 **1. Durchführung 2026**
9. – 12. März 2026, Köln

Nr. 52226 **2. Durchführung 2026**
22. – 25. Juni 2026, Brunnen

Nr. 52326 **3. Durchführung 2026**
6. – 9. Juli 2026, Brunnen

Nr. 52426 **4. Durchführung 2026**
10. – 13. November 2025, St.Gallen

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/52

Zielgruppe (w/m)

Das Seminar richtet sich an Leistungsträger, Führungskräfte, Fachkräfte und Spezialisten aus allen Bereichen, die ihr persönliches Kompetenz-Portfolio im Hinblick auf die Herausforderungen ihrer Funktion erkennen und optimieren wollen.



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e52

Konzept

Erfolg basiert in den meisten Fällen auf Können. Natürlich sind Glück, der richtige Zeitpunkt, Beziehungen und andere oft nicht beeinflussbare Aspekte auch wichtig. Auf Dauer setzt sich jedoch in den meisten Fällen die oder der Kompetentere durch. Dies gilt auch für den Erfolg als Führungskraft. Die zentrale Frage dabei aber ist: Welche Kompetenzen sind gemeint? Welche Fähigkeiten braucht man, um im Beruf Führungskraft erfolgreich zu sein? Dieses Seminar zeigt, welche Kompetenzen und Fähigkeiten Führungs- und Fachkräfte brauchen, um in ihrem Arbeitsumfeld erfolgreich wirken zu können. Die Teilnehmenden lernen, ihre eigenen Stärken und Optimierungspotenziale als Führungskraft oder Spezialist zu kennen.

Themen

Die eigene Führungsleistung

- Erfolg im Beruf: Um welche Kompetenzen geht es?
- Die eigene Wirkung im geschäftlichen Umfeld
- Die Kompetenzen der erfolgreichen Führungskraft

Psychologische Gesetzmässigkeiten der Führung

- Angeborene und erlernte Führungs-Qualitäten
- Psychologische Erkenntnisse
- Führungstypologie
- Einfluss psychologischer Gesetzmässigkeiten auf das individuelle Führungsverhalten

Führungs-Kompetenzen ausbauen

- Kernkompetenz Selbst-Management
- Soziale und emotionale Kompetenzen
- Kompetenzen im Bereich Führung und Leadership
- Entscheidungs-Kompetenz
- Kreativ-, Gestaltungs- und Umsetzungs-Kompetenz

Führungsinstrumente und Führungsmethoden

- Führungsinstrumente und Führungsmethoden
- Delegieren als Instrument der Führungskraft
- Die neue Arbeitstechnik in Zeiten digitaler und sozialer Medien und Reizüberflutung
- Effizienter Umgang mit der Ressource Zeit: Priorisieren
- Umgang mit Komplexität: Ausdünnen und Fokussieren

- Ganzheitlich vernetzt denken, einfach handeln
- Führen mit Zielen: Von der Zielvereinbarung über Coaching zur Leistungsoptimierung

Schwierige Situationen meistern

- Unzufriedenheit und Unsicherheit mit der eigenen Rolle im Team thematisieren
- Potenzielle Konflikte mit schwierigen Mitarbeitenden frühzeitig erkennen und auflösen
- Warum Konflikte mit Kollegen und Chefs grosse Chancen sind und wie damit umgegangen wird

Mitarbeiter aufbauen

- Die richtigen Mitarbeiter suchen, auswählen, einstellen und einführen
- Potenziale der Mitarbeitenden erkennen und gezielt fördern
- Die Rolle des Mentors, Förderers und Coach

Leistung und Arbeitszufriedenheit

- Beide Ziele gleichzeitig erreichen: Hohe Leistung und hohe Arbeitszufriedenheit
- Der ideale Chef/die ideale Chefin: Was zeichnet Vorgesetzte aus?
- The «Winning Spirit»: Gemeinsam am Erfolg arbeiten, gemeinsam den Erfolg zelebrieren

St. Galler Team Management Programm

Durchführung

2025

Nr. 92525	5. Durchführung 2025
1. Teil	24. – 26. November 2025, St.Gallen
2. Teil	23. – 25. März 2026, Berlin
3. Teil	16. – 17. September 2026, Online

2026

Nr. 92126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 11. März 2026, Köln
2. Teil	15. – 17. Juni 2026, Zürich
3. Teil	16. – 17. September 2026, Online
Nr. 92226	2. Durchführung 2026
1. Teil	15. – 17. Juni 2026, Bregenz
2. Teil	28. – 30. Sep. 2026, Stuttgart
3. Teil	2. – 3. Dezember 2026, Online
Nr. 92326	3. Durchführung 2026
1. Teil	28. – 30. Sep. 2026, Stuttgart
2. Teil	2. – 4. Dezember 2026, Köln
3. Teil	15. – 16. April 2027, Online
Nr. 92426	4. Durchführung 2026
1. Teil	4. – 6. November 2026, St.Gallen
2. Teil	2. – 4. Dezember 2026, Köln
3. Teil	15. – 16. April 2027, Online

Dauer: 3 + 3 + 2 Tage

Seminargebühr*: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/92

Zielgruppe (w/m)

Teilnehmende sind Führungskräfte,

- die Hochleistungsteams aufbauen und führen wollen
- die dank optimaler Führung ihre eigene Wirkung multiplizieren wollen

Aufbau

Teil 1: Wie Führungskräfte aus Mitarbeitenden Hochleistungsteams entwickeln und führen. 3 Tage.

Teil 2: Wie die eigene Führungspersönlichkeit wirkungsvoll eingesetzt wird. 3 Tage.

Teil 3: Internationales Team Management

Nutzen

Dieses Programm eignet sich speziell für Teilnehmende,

- die als Führungskraft und Führungspersönlichkeit in der nächsten Zeit besonders gefordert sein werden
- die Mitarbeitende zu einem eingeschworenen Team formen wollen, das gemeinsam an ehrgeizigen Zielen arbeitet und sich gegenseitig zu Leistung und Freude am Erfolg motivieren soll.

Konzept

Erfolgreiche Führungskräfte machen vieles richtig. Sie schaffen es, die gesteckten Ziele zu erreichen und zu übertreffen. Sie gehören zu den Könnern, den Machern, den Gewinnern. Das Problem dabei wird erst im Lauf der Zeit erkennbar: Es gibt keine Multiplikation dieser Top-Leistung und jeder noch so begnadete Macher hat pro Tag auch nur 24 Stunden zur Verfügung. Die persönliche Wirkung wird daher irgendwann stagnieren, vielleicht sogar wegen permanenter Überbelastung sinken.

Die Antworten dazu sind:

- Hochleistungsteams aufbauen und gekonnt führen
- Den eigenen Führungsstil weiter entwickeln
- Weniger selbst ausführen, mehr führen

Themen

Erfolgsfaktor: Hochleistungs-Teams

- Wo Teams den Einzelkämpfern überlegen sind
- Ein Hochleistungs-Team bilden

Erfolgreich führen

- Der optimale Wirkungsgrad einer Führungskraft
- Andere – und nicht nur sich selbst – zum Erfolg führen

Gemeinsame Ziele erreichen

- Motivation für ehrgeizige Ziele
- Die persönliche Kraft, das eigene Team in Richtung Erfolg zu bewegen
- Die Rolle des Coachs und Mentors

Teams führen

- Gruppendynamische Gesetzmässigkeiten besser nutzen
- Kommunikation und motivierende Gesprächsführung

Konfliktmanagement

- Das Betriebsklima als zentraler Erfolgsfaktor
- Die Rolle der Führungskraft bei der Konfliktbewältigung

Internationales Teammanagement

- Virtuelle, international verteilte Teams führen
- Vertrauen aufbauen trotz räumlicher Distanz
- Führungskompetenz im interkulturellen Umfeld
- Werte, Unternehmenskultur und strategische Ziele kommunizieren und umsetzen

Team-Management im Internationalen Unternehmen

Die Erfolgsfaktoren und Kompetenzen des modernen Team-Managements

Durchführungen

2025

Nr. act0515	1. Durchführung 2025
1. Teil	24. – 26. November 2025, Stuttgart
2. Teil	Anwendung, Selbststudium
3. Teil	16. – 17. September 2026, Online

2026

Nr. act0516	1. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 25. März 2026, Bregenz
2. Teil	Anwendung, Selbststudium
3. Teil	16. – 17. September 2026, Online

Nr. act0526	2. Durchführung 2026
1. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Bregenz
2. Teil	Anwendung, Selbststudium
3. Teil	2. – 3. Dezember 2026, Online

Dauer: 3 + 1 + 2 Tage

Seminargebühr: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/act05

Zielgruppe (w/m)

Führungskräfte, die internationale Teams führen oder in Zukunft führen werden.

Konzept

Die Erfolgsfaktoren eines modernen Teammanagements in einer international tätigen Unternehmung sind vielschichtig. Es lassen sich zentrale Prinzipien identifizieren, die in der Praxis besonders wirksam sind. Ein Team-Manager, der internationale Führungskräfte und Spezialisten erfolgreich führen will, benötigt ein ganzes Bündel an Kompetenzen – fachlich, methodisch und vor allem sozial-emotional. Ein internationaler Team-Manager ist heute weniger „Chef“ und mehr Beziehungsmanager, Kommunikator, Coach und Kulturvermittler. Er oder sie braucht eine hohe soziale und digitale Kompetenz, gepaart mit strategischem Weitblick und einem agilen Mindset.

Aufbau

Teil 1: Advanced Leadership. 3 Tage in Präsenz.

Teil 2: Online-Live: Internationales Teammanagement. 3 Tage von 08.30 bis 12.30 MEZ.

Themen

Erfolgsfaktoren des Team-Managements

1. Klare Kommunikation:

Ziele, Erwartungen und Entscheidungen nachvollziehbar kommunizieren

2. Vertrauensbasierte Führung

- Empowerment statt Mikromanagement
- Vertrauen in Selbstorganisation der virtuellen, internationalen Teams
- Kulturelle Unterschiede beachten: Führungsstil, Hierarchieverständnis, Konfliktverhalten

3. Gemeinsame Werte & Teamidentität

- Globale Vision, lokale Verankerung
- Teamrituale & Feedbackkultur
- virtuelle Team-Events

4. Flexibilität & Anpassungsfähigkeit

- Zeitverschiebungen erfordern flexible Arbeitsmodelle.

5. Diversität als Stärke

- Vielfalt aktiv nutzen: Unterschiedliche Perspektiven führen zu innovativeren Lösungen.

6. Kontinuierliches Lernen & Entwicklung

- Wissen teilen: Lernplattformen, Peer-Learning und interne Communities
- Fehlerkultur etablieren

Kompetenzen für internationales Team-Management

1.1. Interkulturelle Kompetenz

- Sensibilität für kulturelle Unterschiede

- Anpassung des eigenen Führungsverhaltens an unterschiedliche Kontexte

2. Digitale Führungskompetenz („Remote Leadership“)

Virtuelle Zusammenarbeit in internationalen Teams

- Aufbau von Vertrauen und Teamzusammenhalt auf Distanz

3. Kommunikationsstärke

Transparente Kommunikation als Fundament erfolgreicher Zusammenarbeit

4. Emotionale Intelligenz

Der Umgang mit unterschiedlichen Persönlichkeiten, Erwartungen und Emotionen

- Empathie und aktives Zuhören

5. Agiles Führungsverständnis

- Fähigkeit zur Führung ohne formale Macht
- Förderung von Eigenverantwortung und Selbstorganisation

6. Strategisches & vernetztes Denken

- Fähigkeit, globale Unternehmensziele mit lokalen Anforderungen zu verbinden
- Stakeholder-Management über Länder und Funktionen hinweg

7. Coaching- und Entwicklungskompetenz

Internationale Top-Talente erwarten Entwicklung, Perspektive und individuelle Förderung und Unterstützung in der Karriereentwicklung (auch über Landesgrenzen hinweg)

St. Galler Teamleiter Seminar

Durchführungen

2026

Nr. AV0116	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 11. März 2026, Köln
2. Teil	16. – 17. September 2026, Online
Nr. AV0126	2. Durchführung 2026
1. Teil	15. – 17. Juni 2026, Bregenz
2. Teil	16. – 17. September 2026, Online
Nr. AV0136	3. Durchführung 2026
1. Teil	28. – 30. Sep. 2026, Stuttgart
2. Teil	2. – 3. Dezember 2026, Online
Nr. AV0146	4. Durchführung 2026
1. Teil	4. – 6. November 2026, St.Gallen
2. Teil	2. – 3. Dezember 2026, Online

Dauer: 3 + 2 Tage

Seminargebühr*: CHF 6900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av01

Zielgruppe (w/m)

- Teamleiter, Gruppenleiter, Projektleiter und Führungsverantwortliche mit einigen Jahren Berufserfahrung, die ihre Kompetenz im Teamaufbau und Team Management stärken möchten
- Führungskräfte, die Mitarbeitende im internationalen Kontext führen und zu einem leistungsfähigen Team formen und führen wollen

Konzept

Das St. Galler Teamleiter Seminar vermittelt fundiertes Wissen und sofort umsetzbare Werkzeuge für erfolgreiche Teamführung. Es kombiniert psychologische, führungstechnische und organisationale Elemente. Im Fokus stehen Hochleistungsteams und internationales Teammanagement. Die Teilnehmer erleben ein intensives, interaktives Training mit vielen Praxisbeispielen. Das Teamleiter Seminar basiert auf dem St. Galler Management-Ansatz und neuesten Forschungserkenntnissen. Es richtet sich an Führungskräfte, die Teams aktiv gestalten und entwickeln wollen. Das St. Galler Teamleiter Seminar bringt wertvolle Impulse für Ihre Teamverantwortung.

Themen

Grundlagen moderner Teamführung

- Rolle und Selbstverständnis des Teamleiters
- Führungsstile und ihre Wirkung
- Vertrauen als Führungsbasis

Hochleistungsteams aufbauen

- Erfolgsfaktoren und Phasen der Teamentwicklung
- Psychologische Sicherheit und Motivation
- Rollenklärung und Zieltransparenz

Teamsteuerung und Performance

- Zielvereinbarung und Resultatorientierung
- Leistungsüberwachung und Feedbacksysteme
- Umgang mit Unter- und Überforderung

Konflikte im Team erkennen und lösen

- Ursachen typischer Teamkonflikte
- Moderation und Mediation im Alltag
- Teamklima trotz Konflikten stärken

Führen internationaler Teams

- Interkulturelle Unterschiede verstehen

- Virtuelle Zusammenarbeit effektiv gestalten
- Sprachliche und kulturelle Barrieren überwinden

Kommunikation und Wirkung

- Authentischer Auftritt als Teamleiter
- Aktives Zuhören und überzeugende Sprache
- Wirkung in Präsenz- und Onlineformaten

Teamleiter als Coach und Mentor

- Entwicklungsgespräche wirkungsvoll führen
- Potenziale im Team erkennen und fördern
- Selbstverantwortung stärken

Transfer und persönliche Standortbestimmung

- Persönlicher Führungsstil im Check
- Reflexion der eigenen Teamrealität
- Transferplan für das eigene Team

Seminar Persönlichkeitsentwicklung

Durchführungen

2026

Nr. AV8416 **1. Durchführung 2026**

- 1. Teil 23. – 25. März 2026, Berlin
- 2. Teil 22. – 25. Juni 2026, Brunnen

Nr. AV8426 **2. Durchführung 2026**

- 1. Teil 15. – 17. Juni 2026, Zürich
- 2. Teil 21. – 24. September 2026, Bregenz

Nr. AV8436 **3. Durchführung 2026**

- 1. Teil 28. – 30. September 2026, Stuttgart
- 2. Teil 23. – 26. November 2026, Stuttgart

Nr. AV8446 **4. Durchführung 2026**

- 1. Teil 2. – 4. Dezember 2026, Köln
- 2. Teil 8. – 11. März 2027, Köln

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av84

Aufbau

Teil 1: Führung, Führungsverhalten und Persönlichkeitsentwicklung

Teil 2: Die souveräne Führungspersönlichkeit

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte aller Funktionen und Ebenen
2. Leistungsträger, die Ihr Auftreten und ihre Wirkung nach innen und aussen weiter entwickeln wollen
3. Verantwortliche für Mitarbeiter- und Teamführung

Konzept

Dieses Seminar zur Persönlichkeitsentwicklung stärkt die Selbstwahrnehmung und das authentische Auftreten einer Führungskraft. Es fördert die emotionale Intelligenz – essenziell für Mitarbeiterführung und Konfliktlösung. Die Teilnehmenden reflektieren eigene Herausforderungen, Stärken und Führungsmuster. Sie lernen, ihre Führungspersönlichkeit weiter auszubauen, souveräner aufzutreten und überzeugender zu kommunizieren. Dies fördert Resilienz und mentale Klarheit in stressigen Entscheidungssituationen und damit die Wirksamkeit und Akzeptanz der Führungskraft im Unternehmen, zugleich auch in der Aussenwirkung.

Themen

Selbstwahrnehmung und Identität

- Die inneren Antreiber kennen
- Werte, Motive und Motivationsverstärker

Menschenkenntnis

Gute Menschenkenntnis hat viele Vorteile: Es hilft beim Beziehungsaufbau, beim Rekrutieren, beim Verhandeln, beim Konfliktmanagement, beim Verstehen von Mitarbeitenden und von Vorgesetzten, beim Aufbau von Freundschaften und nicht zuletzt beim Umgang mit sich selbst.

Selbstführung und Selbstorganisation

- Selbstorganisation und Agilität leben
- Die 3 E's umsetzen: Was macht mich effektiv, effizient, elegant?
- Gut für sich selber sorgen – weil ich es mir wert bin

Empathie und soziale Kompetenzen

- Emotionale Intelligenz ausbauen
- Konstruktiver Umgang mit Emotionen

Kommunikation und persönliche Wirkung

- Authentische und klare Kommunikation entwickeln
- Selbstsicherheit im Auftritt stärken

Selbstbewusstsein

- Selbstkenntnis vertiefen, Selbstbewusstsein aufbauen

- Stärkenorientiert auftreten
- Klare Ethik, klare Werte
- Mit Stress und Belastung umgehen
- Schlechte Gewohnheiten ablegen, gute Gewohnheiten zulegen

Konfliktmanagement

- Warum wir Konflikte brauchen
- Die Mechanik der Konflikt-Entstehung
- Die Bedeutung der Konfliktprophylaxe
- Konsequente Lösungsorientierung: Wir suchen nicht nach Schuldigen, sondern nach Lösungen

Teamfähigkeit

- Führungsstile und ihre Wirkung
- Konstruktives Feedback
- Teamdynamik und Rollen
- Führung in der hybriden und digitalen Arbeitswelt

Durchsetzungsvermögen

- Was schwächt mein Durchsetzungsvermögen
- Natürliche Autorität macht glaubwürdig und überzeugend
- Die Balance zwischen Nachgeben und Durchsetzen
- Warum hochwertige Kompromisse nachhaltiger sind
- Verhandeln beginnt beim ersten Nein

St. Galler Führungstraining

Durchführungen

2026

Nr. AV2616	1. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. März 2026, Stuttgart
2. Teil	16. – 17. September 2026, Online
Nr. AV2626	2. Durchführung 2026
1. Teil	15. – 18. Juni 2026, Bregenz
2. Teil	16. – 17. September 2026, Online
Nr. AV2636	3. Durchführung 2026
1. Teil	14. – 17. September 2026, Brunnen
2. Teil	2. – 3. Dezember 2026, Online
Nr. AV2646	4. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. November 2026, Luzern
2. Teil	2. – 3. Dezember 2026, Online
Nr. AV2656	5. Durchführung 2026
1. Teil	14. – 17. Dezember 2026, Davos
2. Teil	15. – 16. April 2027 2025, Online

Dauer: 4 + 2 Tage

Seminargebühr: CHF 6900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av26

Teilnehmer w/m

Führungs- Ergebnis- oder Projektverantwortliche aus allen Bereichen

Konzept

Viele Führungskräfte wünschen sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die man nicht führen muss und die nach einer kurzen Einarbeitung wissen, was sie tun sollen und was für Resultate sie erreichen sollen. Die Realität schaut oft anders aus: Führungskräfte müssen führen, weil

- freundlich vorgetragene Botschaften von den Mitarbeitenden im besten Fall als gute Idee, nicht aber als verbindliche Spielregel verstanden werden
- viele Mitarbeitenden sich eine direktere Führung mit klaren Ansagen und Vorgaben wünschen
- oder dazu tendieren, Freiräume schrittweise auszudehnen.

Dieses St. Galler Führungstraining bezweckt, Führungskräften, die einen demokratischen, modernen Führungsstil bevorzugen, Instrumente zu geben, um auch jene Mitarbeitenden gekonnt zu führen, die eine direktere Art der Führung bevorzugen.

Themen

Führen jenseits der Hierarchie

Viele Führungskräfte und Chef:innen praktizieren heute einen modernen Führungsstil. Sie setzen auf 'Agilität und digitalen Mindset'. Dafür setzen sie Leitplanken, geben Vertrauen, Ressourcen, Handlungsautonomie.

Führung muss sein

Oft gibt es aber auch Mitarbeitende, die mit diesen Freiräumen wenig anfangen können. Sie wollen geführt werden. Sie warten, bis sie Vorgaben bekommen. Sie erwarten eine direktere Führung, klare Ansagen und keine freundlich verpackten Wünsche.

Das Unbehagen der modernen Führungskraft

Dies macht vielen Führungskräften aber grosses Unbehagen. Sie wollen Mitarbeitende, die keine Führung brauchen. Die Motivation, Leistungsdrang und Kompetenz einbringen. Die keine Angst davor haben, Fehler zu machen. Die lieber handeln als reden.

Eine zweite Führungsrolle

Was also tun, wenn eine Führungsrolle gewünscht wird, die man selbst nicht will? Mitarbeiter auswechseln, Mitar-

beiter 'erziehen' oder sich selbst in eine zweite Führungsrolle hineinbewegen? In den allermeisten Fällen ist letzteres das Bessere. Für die Führungskraft bedeutet dies: Sie braucht eine Erweiterung. Dazu dient das St. Galler Führungstraining.

Führungsphilosophie für situatives, direkteres Führen

- Nett sein reicht nicht aus
- Nicht alle Mitarbeitenden wollen Handlungsautonomie
- Nicht alle Mitarbeitenden denken wie Entrepreneur
- Klare Anweisungen, klare Vorgaben
- Es braucht klare Spielregeln
- Was tun, wenn Spielregeln verletzt werden
- Die eigene Angst vor Kritikgesprächen
- Vertrauen ja, aber Kontrolle und Coaching
- Schlagfertigkeit im Spontangespräch
- Unangenehm nicht aus dem Weg gehen
- Positive Kritik, die motiviert
- Der Führungsanspruch des Chefs



Management Weiterbildung für
Executives & Führungskräfte

Kommunikation für Führungskräfte

St. Galler Kommunikations-Programm	100
Die kommunikative, agile Führungskraft	101
St. Galler Kommunikationstraining	102
Kommunikations- & Verhandlungstraining	103
Führen. Verhandeln. Kommunizieren.	104
Rhetorik und motivierende Kommunikation	105



St. Galler Kommunikations-Programm

Überzeugen durch Kommunikation.

Durchführungen

2025

Nr. 64425	4. Durchführung 2025
1. Teil	26. – 28. Nov. 2025, St. Gallen
2. Teil	8. – 11. Dez. 2025, München

2026

Nr. 64126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 11. März 2026, Stuttgart
2. Teil	27. – 30. April 2026, Berlin

Nr. 64226	2. Durchführung 2026
1. Teil	27. – 30. April 2026, Berlin
2. Teil	18. – 20. Mai 2026, Bregenz

Nr. 64326	3. Durchführung 2026
1. Teil	18. – 20. Mai 2026, Bregenz
2. Teil	14. – 17. September 2026, St. Gallen

Nr. 64426	4. Durchführung 2026
1. Teil	14. – 16. Sep. 2026, Brunnenz
2. Teil	30. Nov. – 3. Dez. 2026, Stuttgart

Nr. 64526	5. Durchführung 2026
1. Teil	09. – 11. November 2026, Zürich
2. Teil	30. Nov. – 3. Dez. 2026, Stuttgart

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/64

Zielgruppe (w/m)

Das Programm richtet sich an Executives, Führungskräfte, Spezialistinnen und Spezialisten aus allen Bereichen, die Gesprächspartner aus dem Unternehmen motivieren und überzeugen, sowie Kunden, Geschäftspartner oder Lieferanten in Verhandlungen für eigene Ziele gewinnen wollen.

Aufbau

Teil 1: Rhetorik und motivierende Kommunikation. 3 Tage.

Teil 2: Training des Verhandlungsgeschicks. 4 Tage

Nutzen

Die Fähigkeit, in Gesprächen und Verhandlungssituationen eigene Ziele besser zu erreichen, wird weiter ausgebaut.

Konzept

Führungskräfte sehen sich ständig Situationen ausgesetzt, in denen sie andere von einer Idee, einem Konzept oder einer Veränderung überzeugen sollten. Das gewollte Resultat ist ein Ja des Mitarbeiters, des Kollegen, des Chefs, eines externen Geschäftspartners, eines Kunden. Erfolgreiche Führungskräfte sind starke Kommunikatoren. Sie schaffen es, die persönliche Kommunikationswirkung nach innen und aussen zu optimieren.

Themen

Rhetorik und die Kunst des Redens

- Die Erfolgsfaktoren einer guten Rhetorik
- Sich selbst als Redner kennenlernen
- Erleben, wie man auf andere wirkt
- Reden und Vorträge planen und durchführen
- In Tischreden wirken
- Reden vor einer grösseren Gruppe
- Online: Reden im virtuellen Umfeld
- Umgang mit Lampenfieber, Barrieren, Ängsten
- Die eigenen Stärken erleben, den eigenen Weg finden

Gut verhandeln, überzeugend kommunizieren

- Erfolgsprinzipien der Verhandlungsführung
- Der persönliche Verhandlungsstil: Stärken und Schwächen
- Wirkung auf Gesprächspartner erzielen
- Verhandlungen trainieren
- Die persönliche Verhandlungskompetenz im Mitarbeitergespräch
- Erfolgreiches Verhandeln nach aussen
- Verhandlungen mit Grosskunden und Deal-Making
- Kommunikation in konfliktreichen Situationen
- Die agile Gesprächsführung: Besonderheiten des Gesprächsverhaltens unter Druck
- Typische Konflikte und Kommunikationsprobleme
- Training des agilen Kommunikationsverhaltens

Die kommunikative, agile Führungskraft

Durchführungen

2025

Nr. 76525	5. Durchführung 2025
1. Teil	17.–20. November 2025, Zürich
2. Teil	26.–28. November 2025, St. Gallen

Nr. 76625	6. Durchführung 2025
1. Teil	8.–11. Dezember 2025, St. Gallen
2. Teil	9.–11. März 2026, Stuttgart

2026

Nr. 76126	1. Durchführung 2026
1. Teil	23.–26. Februar 2026, Brunnen
2. Teil	9.–11. März 2026, Stuttgart

Nr. 76226	2. Durchführung 2026
1. Teil	27.–30. April 2026, Köln
2. Teil	18.–20. Mai 2026, Bregenz

Nr. 76326	3. Durchführung 2026
1. Teil	6.–9. Juli 2026, Bregenz
2. Teil	14.–16. September 2026, Brunnen

Nr. 76426	4. Durchführung 2026
1. Teil	14.–17. Sep. 2026, Lenzerheide
2. Teil	9.–11. November 2026, Zürich

Dauer: 3 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 6900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/76

Zielgruppe (w/m)

1. Führungs- und Fachkräfte, die auf besonders gute und wirkungsvolle Kommunikation angewiesen sind
2. Leistungsträger mit hohem Anteil an Kommunikationsaufgaben
3. Verantwortliche für Bereiche, Abteilungen
4. Projektleitende, Führungskräfte aus Einkauf, Sourcing
5. Leistungsträger:innen, die sich in agilen Organisationen durch wirkungsvolle Kommunikation auf gewinnende Art durchsetzen wollen

Sie lernen:

- Ihren Verantwortungsbereich auch in schwierigen Situationen dank gewinnender Kommunikation und Rhetorik erfolgreich zu führen
- Die Wirkung in Gesprächen und Verhandlungen mit Mitarbeitenden, Kolleginnen und Kollegen und Chefs, Lieferanten und Kunden zu verstärken

Konzept

Sie als Führungskraft oder Spezialist:in haben es selbst in der Hand, durch gute Rhetorik, motivierende Kommunikation und situatives Verhandlungsgeschick für ein hohes Mass an Management-Qualität, Arbeitszufriedenheit und Leistungsbezug besorgt zu sein. Dafür braucht es eine hohe persönliche Kompetenz in Rhetorik und Gesprächsführung. Kommunikative Handlungsspielräume in unterschiedlichen Situationen sind zu nutzen, um

- die eigene Reputation im Unternehmen zu stärken,
- ein hervorragendes Betriebsklima zu sichern,
- eine leistungsorientierte Kultur mit einer ausserordentlichen Produktivität zu erreichen.

Begleitendes Feedback

Mit Hilfe dieses Programms erweitern Sie Ihr persönliches Kompetenzportfolio in den Bereichen Führung, Gesprächsführung, Kommunikation und Verhandeln. Persönliches Feedback begleitet die Teilnehmenden.

Aufbau

Teil 1: Effektive Führung, Kommunikation und Rhetorik

Teil 2: Gewinnende Gesprächsführung in agilen Strukturen: Die agile Kommunikation als Teil einer umfassenden Agilitäts-Kompetenz.

Themen

Kommunikative Handlungsspielräume schaffen

- Gesetzmässigkeiten guter Rhetorik und Kommunikation
- Die Psychologie menschlicher Kommunikation im Führungsalltag: bei bei Gesprächen und Präsentationen vor dem Chef, vor Mitarbeitenden, Meetings u.a.
- Gekonnt reden und Präsentieren: So wirke ich – Stärken und Verbesserungsmöglichkeiten im eigenen rhetorischen und kommunikativen Verhalten
- Die Bedeutung von Körpersprache und Unbewusstem

Das Training zeichnet sich durch hohe Interaktivität und die Simulation von beruflichen Alltagssituationen aus und lebt von der Bereitschaft der Teilnehmer, sich persönlich einzubringen. Diskussion, Fallstudien, Rollenspiele und Gruppenarbeit gehören zu den eingesetzten Trainingsmethoden.

Agile Kommunikation und Führung

- Kommunizieren, Verhandeln, Überzeugen
- Gesprächspartner richtig erkennen, ihre Wünsche und Absichten «lesen» lernen
- Selbst wirkungsvoll und überzeugend auftreten
- Überzeugungskraft gewinnen durch richtige Argumentationsketten
- Aktiv Zuhören und Emotionen steuern

St. Galler Kommunikationstraining

Kommunikation als Instrument wirkungsvoller Führung.

Durchführungen

2026

Nr. AV8816 **1. Durchführung 2026**
9. – 11. März 2026
Stuttgart

Nr. AV8826 **2. Durchführung 2026**
18. – 20. Mai 2026
Bregenz

Nr. AV8836 **3. Durchführung 2026**
14. – 16. September 2026
Brunnen

Nr. AV8846 **4. Durchführung 2026**
9. – 11. November 2026
Zürich

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av88

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, die ihre Kommunikationskompetenz durch Analyse und Training weiter ausbauen wollen
2. Projektleiter:innen, die Teams motivieren und dank guter Kommunikation den Projekterfolg sichern wollen
3. Spezialist:innen mit Verantwortung, die ihre Wirkung im Unternehmen gezielt steigern wollen.

Konzept

Professionelle Kommunikation ist der Schlüssel für jede erfolgreiche Führungstätigkeit. In diesem 3-tägigen 'St. Galler Kommunikationstraining' entwickeln Sie Ihr persönliches Kommunikationsprofil weiter. Sie trainieren den gezielten Einsatz von Sprache und lernen, mit Körpersprache und Stimme zu überzeugen. Theorie, Praxis und individuelles Feedback garantieren eine nachhaltige Entwicklung. Das Kommunikationstraining kombiniert Erkenntnisse aus Psychologie, Rhetorik und Managementpraxis. Sie erleben konkrete Übungen für reale Führungssituationen und erhalten sofort umsetzbare Tools. Ziel ist eine Kommunikation, die Wirkung erzielt.

Nutzen

Sie steigern Ihre Überzeugungskraft in Meetings, Reden und Konflikten. Sie trainieren empathische und zielgerichtete Kommunikation. Sie lernen, mit Widerständen souverän umzugehen und Vertrauen aufzubauen. Sie stärken Ihre Präsenz und Wirkung. Das Kommunikationstraining unterstützt Ihre Fähigkeit, sich auf sympathische Weise durchzusetzen und Ziele besser zu erreichen.

Themen

Grundlagen wirksamer Rhetorik

- Prinzipien erfolgreicher Rhetorik
- Selbstbild und Fremdbild in der Kommunikation
- Kommunikationsstile erkennen und anwenden
- Rolle der Persönlichkeit in der Wirkung

Rhetorik und Sprache gezielt einsetzen

- Aufbau überzeugender Argumentationen
- Klarheit und Prägnanz in Wort und Struktur
- Storytelling im Business-Kontext
- Wirkung durch Wortwahl und Sprachrhythmus

Körpersprache, Stimme, Präsenz

- Nonverbale Signale bewusst steuern
- Stimmführung und Sprechtraining
- Präsenz in Meetings und auf Bühnen
- Wirkungsvoll auftreten – online und offline

Schwierige Gespräche souverän führen

- Konflikte ansprechen und deeskalieren
- Emotionale Intelligenz im Gespräch
- Feedback geben und annehmen
- Gesprächsstrategien bei Widerstand

Kommunikation im Team und in der Führung

- Motivation durch Sprache
- Psychologische Sicherheit schaffen
- Delegation und Erwartungsmanagement
- Meetings effizient und wirksam moderieren

Persönliches Kommunikationsprofil schärfen

- Stärkenanalyse und Entwicklungsziele
- Selbstpräsentation und Elevator Pitch
- Training mit Videoanalyse und Feedback
- Umsetzungstransfer in den Berufsalltag

Kommunikations- & Verhandlungstraining

Durchführungen

2025

Nr. 72425 **5. Durchführung 2025**
8.–11. Dezember 2025, München

2026

Nr. 72126 **1. Durchführung 2026**
27.–30. April 2026, Berlin

Nr. 72226 **2. Durchführung 2026**
14.–17. Sep. 2026, St.Gallen

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/72

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, Projektverantwortliche, Spezialist:innen
2. Executives mit anspruchsvollen Kommunikations- und Verhandlungsaufgaben nach innen und aussen
3. Verantwortliche für Bereiche oder erfolgreiche Kundenbeziehungen und Key Accounts

Aufbau

Tag 1 + 2: Kommunikationstraining

Tag 3 + 4: Verhandlungstraining

Konzept

Dieses 4-tägige Trainingsseminar schult die Kompetenz in Kommunikations- und Verhandlungsstärke. Denn gutes Kommunizieren und erfolgreiches Verhandeln ist bei vielen Gelegenheiten gefordert: Im Gespräch mit Kunden. Beim Verhandeln mit Key Accounts. Beim Einkauf. In Meetings mit Lieferanten oder Kooperationspartnern. Aber auch beim internen Verkaufen von Ideen, neuen Konzepten, Investitionsvorhaben, beim Motivieren der eigenen Mitarbeitenden für Veränderungen aller Art.

In 4 Tagen erleben Sie Kommunikationstraining und Verhandlungstraining mit höchstem Nutzen für die Praxis. Das Kommunikationstraining bezweckt, durch soziale Kompetenz eine win-win-Situation zu erreichen. Anders bei Verhandlungstraining: Hier geht es darum, „eigene Ziele zu erreichen und, wenn nötig, auch einseitig durchzusetzen.“

Themen

Kommunikationstraining

Die Schlüsselkompetenzen für eine gewinnende Gesprächsführung:

- Empathie und aktives Zuhören: Verstehen, was die andere Person wirklich meint – nicht nur, was sie sagt
- Botschaften strukturiert, respektvoll und zielgerichtet formulieren
- Emotionale Intelligenz: eigene Emotionen regulieren, andere emotional „lesen“ und angemessen reagieren
- Fragen statt sagen: Durch Fragen Gesprächspartner zur Lösung führen
- Selbstsicherheit ohne Dominanz: Authentisch, ruhig, lösungsorientiert

Das Kommunikationstraining der St. Gallen Business School vermittelt diese Kompetenzen im Verlauf der ersten beiden Tage nicht theoretisch, sondern hochgradig praxisbezogen:

- Rollenspiele mit realen Gesprächssituationen
- Feedback durch Kommunikationsexperten
- Analyse des persönlichen Gesprächsstils
- Trainingsmodule zu Körpersprache und nonverbaler Kommunikation
- Individuelles Coaching im Kommunikationstraining an Randzeiten, wenn gewünscht

Verhandlungstraining

Tag 3 und 4 zeigen die durchsetzungsstarke Verhandlungsführung, bei der Harmonie oft nicht möglich ist. Es braucht gezielte Ergebnisorientierung und Durchsetzungskraft. Das Verhandlungstraining beinhaltet:

- Verhandlung unter Zeitdruck, mit Machtungleichheit oder bei drohendem Scheitern
- Konfrontation mit professionellen Gegenspielern
- Umgang mit Provokation und Manipulation
- Nerven behalten und sich durchsetzen

Das Verhandlungstraining ist kompromisslos auf Performance ausgerichtet. Praktiziert wird es von Führungskräften, die nicht vermitteln, sondern bis an die Grenze verhandeln wollen. Gehören Sie zu jenen, die dies selbst nicht wollen, so lernen Sie, wie Sie sich dagegen wehren können.

Kompetenzen für Durchsetzungsstärke

- Klares Verhandlungsziel, gute Vorbereitung
- Taktischer Einsatz von Druckmitteln
- keine Angst vor Konflikten
- Kontrolle über den Verlauf der Kommunikation
- Beherrschen von Eskalationstechniken

Führen. Verhandeln. Kommunizieren.

Durchführungen

2025

Nr. 95525 **5. Durchführung 2025**
 1. Teil 17.–20. November 2025, Zürich
 2. Teil 8.–11. Dezember 2025, München

Nr. 95625 **6. Durchführung 2025**
 1. Teil 8.–11. Dezember 2025, St. Gallen
 2. Teil 27.–30. April 2026, Berlin

2026

Nr. 95126 **1. Durchführung 2026**
 1. Teil 23.–26. Februar 2026, Brunnen
 2. Teil 27.–30. April 2026, Berlin

Nr. 95226 **2. Durchführung 2026**
 1. Teil 27.–30. April 2026, Köln
 2. Teil 14.–17. Sept. 2026, St. Gallen

Nr. 95326 **3. Durchführung 2026**
 1. Teil 6.–9. Juli 2026, Bregenz
 2. Teil 30. Nov.–3. Dez. 2026, Stuttgart

Nr. 95426 **4. Durchführung 2026**
 1. Teil 14.–17. Sep. 2026, Lenzerheide
 2. Teil 30. Nov.–3. Dez. 2026, Stuttgart

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/95

Zielgruppe (w/m)

- Executives, Führungskräfte, und Spezialisten mit wichtiger Kommunikationsfunktion nach innen und/oder aussen
- Leistungsträger, die dank motivierender Kommunikation ihren Führungserfolg weiter steigern können

Aufbau

Teil 1: Erfolgreich führen. Erfolgreich kommunizieren. 4 Tage.

Teil 2: Geschickt und erfolgreich verhandeln. 4 Tage.

Konzept

Sie sind eine erfolgreiche Führungskraft oder als Projektleiter:in oder Spezialist:in verantwortlich für bedeutende Aufgaben im Unternehmen. Im Geschäftsalltag sind es zwei Kompetenzen, die für sie besonders wichtig sind:

- Die Kunst zu führen, auch dank hoher Kompetenz in der Kommunikation nach innen und aussen
- Geschick im Verhandeln in Meetings im Unternehmen wie auch mit Kunden und Partnern nach aussen

Themen

Erfolgsfaktor Führungskompetenz

- Die souveräne Führungspersönlichkeit
- Begeisterung auf andere übertragen
- Ausstrahlungskraft und Charisma

Sozialkompetenz für Führungskräfte

- Was Sozialkompetenz beinhaltet
- Das persönliche Leistungspotenzial
- Die Verhaltensmuster in Führungssituationen
- Die beeinflussbaren Faktoren der Persönlichkeit weiter entwickeln

Motivation

- Gesetze der Motivationslehre

Persönlichkeit als Führungskraft

- Auftreten und Wirken
- Souverän in schwierigen Situationen bleiben

Kommunikation nach innen

Kommunikation ist wesentlicher Teil der Führung und der Führungskultur eines Unternehmens.

Kommunikation nach aussen

Zusätzlich repräsentieren Sie das Unternehmen nach aussen, Sie beeinflussen damit die Aussenwirkung. Ihre Botschaft wird gehört.

Kommunikation mit Medien

- Aktiv mit Hilfe der Medien kommunizieren
- Chancen und Gefahren im Geschäft mit der gewollten Aussenwirkung

Kommunikation mit Kunden

Die Kunst, Kunden zu Fans, Vertrauten oder sogar Freunden zu machen
 Der schmale Grat zwischen geschäftlichen Interessen und freundschaftlichen Beziehungen zu Geschäftspartnern

Verhandeln als wichtige Kompetenz

- Verhandlungstechniken kennen und anwenden
- Manipulationsversuche anderer erkennen und abwehren
- Die eigene Verhandlungstechnik situativ anpassen

Erfolgreich Verhandeln

- Verhandeln als besondere Form der Kommunikation
- Eigene Interessen und Ziele gekonnt und hartnäckig verfolgen

Rhetorik und motivierende Kommunikation

Geschäfte und Konzepte gegen Innen und Aussen «verkaufen»

Durchführungen

2025

Nr. 71425 **4. Durchführung 2025**
26. – 28. November 2025
St.Gallen

2026

Nr. 71126 **1. Durchführung 2026**
9. – 11. März 2026
Stuttgart

Nr. 71226 **2. Durchführung 2026**
18. – 20. Mai 2026
Bregenz

Nr. 71326 **3. Durchführung 2026**
14. – 16. September 2026
Brunnen

Nr. 71426 **4. Durchführung 2026**
9. – 11. November 2026
Zürich

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/71

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, die ihre kommunikative Kompetenz überprüfen und verbessern wollen.
2. Führungskräfte, Spezialisten und Projektleiter, die ihre kommunikative Wirkung optimieren wollen.
3. Kundenverantwortliche, die den Umgang mit Kunden in schwierigen Situationen trainieren wollen.

Konzept

Sagen, was man meint; reden, um zu wirken; fragen, um zu verstehen; schreiben, um der Idee einen Körper zu geben. Rhetorische Fähigkeiten sind von unschätzbarem Vorteil, sei es bei Gesprächen mit Kunden oder im Unternehmen. Sie sind auch unabdingbar, um Mitarbeiter und Teams zu Höchstleistungen zu motivieren.

Themen

Kommunikation im internen und externen Kundengespräch

- um zu fragen, denn oft weiss der Kunde anfangs nicht, was er will
- um Offert- und Verkaufsgespräche zu meistern, denn Unternehmen verkaufen abstrakte Produkte und somit Vertrauen
- um kritische Gesprächssituationen zu überstehen, denn ein einziges falsches Wort kann die Kundenbeziehung zerstören
- um spontan zu verhandeln, zu überzeugen, zu motivieren, denn Kundennutzen wird immer wieder neu erbracht
- um auf Beschwerden richtig zu reagieren, denn aus unzufriedenen Kunden können treue Stammkunden gemacht werden.

Kommunikation im Mitarbeitergespräch

- wenn es darum geht, andere von der Richtigkeit einer Idee zu überzeugen
- um Veränderungen an Mitarbeitende so zu kommunizieren, dass Verständnis und Akzeptanz für Wandel entsteht
- wenn man, als Teil eines Teams, sich dank guter oder zumindest gut vorgebrachter Argumente durchsetzen möchte

- wenn unangenehme Themen anstehen und man diese nicht verdrängen will

Führungsverantwortung, Coaching und Kommunikation

Neben diesen im Geschäftsalltag typischen Situationen gibt es aber auch einige Spezialthemen, die Höchstleistungen erfordern:

- Krisensituationen: Etwas Gravierendes passiert, Sie müssen Journalisten Rede und Antwort stehen
- Auftritt vor grossem Publikum: Für die meisten eine ungewohnte, aber wichtige und irreversible Bewährungsprobe
- Übernahme einer neuen Führungsfunktion bzw. eines Teams oder einer Abteilung

All diese Themen werden im Verlaufe des Seminars intensiv behandelt und trainiert.





Management Weiterbildung für
Executives & Führungskräfte

Kundenmanagement, Marketing, Vertrieb, Sales

St. Galler Produktmanager Programm	107
St. Galler Verkaufs- & Vertriebsmanagement Programm	108
Strategisches Key Account Management Programm	110
Von der Geschäftsidee zum Markterfolg	111
Sales & Verkaufsführung	112
Kundenmanagement und Umsetzung im Vertrieb	113
Strategisches Verkaufsmanagement	114
Strategisches Marketing Programm	115
Customer Value, Marketing und Vertriebsstrategie	116



St. Galler Produktmanager Programm

Durchführungen

2025

Nr. 46425	4. Durchführung 2025
1. Teil	15.–18. Dezember 2025, Köln
2. Teil	9.–12. Februar 2026, St.Gallen
3. Teil	9.–12. März 2026, Köln

2026

Nr. 46126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2.–5. März 2026, St.Gallen
2. Teil	23.–26. März 2026, Köln
3. Teil	22.–25. Juni 2026, Brunnen
Nr. 46226	2. Durchführung 2026
1. Teil	22.–25. Juni 2026, Bregenz
2. Teil	6.–9. Juli 2026, Brunnen
3. Teil	21.–24. September 2026, Bregenz
Nr. 46326	3. Durchführung 2026
1. Teil	5.–8. Oktober 2026, Berlin
2. Teil	23.–26. November 2026, Stuttgart
3. Teil	22.–25. Februar 2027, Davos

Dauer: 4 + 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/46

Zielgruppe (w/m)

Dieses Programm richtet sich an

1. Produktmanagerinnen und Produktmanager
2. Junge Führungs- und Fachkräfte, die sich für eine Aufgabe im Produkt-Management vorbereiten wollen
3. Leistungsträger aus Marketing, Verkauf, Vertrieb, Data Analytics, Service und Kundenmanagement

Konzept

Sie lernen die Gesetzmässigkeiten, das Wissen und die Instrumente des Produkt-Managements. Sie lernen, Verantwortung für den Erfolg eines Produkts, einer Dienstleistung, einer Produktlinie oder einer Marke zu übernehmen:

- Teil 1:** Erfolgreiches Marketing. 4 Tage.
- Teil 2:** Soziale Kompetenzen als Erfolgs-Voraussetzung. 4 Tage.
- Teil 3:** Finanzielle Erfolgssteuerung. 4 Tage.

Themen

Marketing Management

- Was soll das Marketing Management bewirken? Warum Qualifikation und Wirkungsgrad der Marketing-Verantwortlichen entscheidend sind für Erfolg oder Misserfolg des Unternehmens und seiner Produkte, Marken und Services.

Digitale Marktanalysen

- Wie neue digitale Tools die Analysearbeit unterstützen
- Märkte, Kunden und Wettbewerber analysieren und verstehen

Innovation

- Das Produktmanagement als Treiber der unternehmensinternen Startup-Aktivitäten
- Neue Ideen für neue Geschäfte entwickeln

Die Produkt und Service-Strategie

- Wie eine überzeugende Strategie für Produkte, Services, Lösungen oder Marken erarbeitet wird
- Abstimmung mit anderen Strategien des Unternehmens, des Marketings, der ITK, der Produktion, des Vertriebs, der Logistik u.a.

Das Markt- und Kunden-Konzept

- Die Definition des relevanten Markts
- Die präzise Beschreibung der Kunden und Beeinflusser, der Customer

Journey und der kommunikativen und verkäuferischen Kunden-Erreichbarkeit

- Preiskonzept und Preisstrategie
- Verkaufs- und Vertriebsstrategie
- Kommunikationskonzept

Soziale Kompetenzen

- Der/Die Produktmanager:in als Motivator:in
- Das persönliche Führungs- und Kommunikationsverhalten
- Motivierendes Verhalten im Team
- Training besonders anspruchsvoller Kommunikations-Situationen
- Erkennen eigener Verhaltensmuster
- Video-Analyse und wertvolle Tipps

Finanzielle Verantwortung

Der dritte Teil des Programm besteht aus einem kompakten Programm zu Finanz- und Rechnungswesen, finanziellen Aufgaben und Umgang mit finanziellen Kennzahlen:

- Kosten, Erträge, Margen
- Kalkulation, Preisfindung, Konditionen
- Kapitaleinsatz und Investitionen, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, Pay-back-Periode
- Deckungsbeiträge, Grenzkosten,
- Produktivitäts-Kennziffern
- EBIT, Rendite, Profitabilität

E Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch:** www.sgbs.com/e46

St. Galler Verkaufs- & Vertriebsmanagement Programm

Durchführungen

2025

Nr. 43425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8. – 11. Dezember 2025, Stuttgart
2. Teil	3. – 6. Februar 2026, Davos

2026

Nr. 43126	1. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. März 2026, Lenzerheide
2. Teil	4. – 7. Mai 2026, Bregenz

Nr. 43226	2. Durchführung 2026
1. Teil	15. – 18. Juni 2026, Rottach-Egern
2. Teil	28. Sep. – 1. Okt. 2026, Stuttgart

Nr. 43326	3. Durchführung 2026
1. Teil	5. – 8. Oktober 2026, Berlin
2. Teil	9. – 12. November 2026, Luzern

Nr. 43426	4. Durchführung 2026
1. Teil	7. – 10. Dezember 2026, St.Gallen
2. Teil	12. – 15. April 2027, Berlin

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/43

Zielgruppe (w/m)

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des kompakten Ausbildungs- und Weiterbildungslehrgangs «St. Galler Verkaufsmanagement Programm» sind Umsatz- bzw. Resultatverantwortliche, die neuestes Wissen und ihre strategischen und operativen Verkaufsmanagement-Kenntnisse weiterentwickeln und dadurch optimale Resultate erbringen wollen:

1. Verkaufs-, Vertriebs- und Business-Unit-Leiter.
2. Geschäftsführer und Unternehmer.
3. Verkaufs- und Vertriebsverantwortliche, die wichtige zusätzliche verkaufsorientierte Funktionen übernehmen bzw. diese Position neu übernommen haben.
4. Filial- und Niederlassungsleiter.
5. Produkt- und Projektverantwortliche.
6. Führungskräfte, die zunehmend mit bedeutenderen Verkaufsaufgaben konfrontiert werden.

Konzept

Markt- und Verkaufserfolge sind gerade in diesen digitalen Zeiten in den wenigsten Fällen Zufall: Sie basieren vielmehr auf durchdachten Verkaufskonzepten, einer optimalen Verkaufsteuerung und -führung, mit denen sich die gesetzten Ziele und Planungen auch tatsächlich realisieren lassen und einer hohen Kommunikationskompetenz im Umgang mit Kunden, Partnern und den eigenen Mitarbeitenden.

Das Seminar vermittelt die Schlüsselprinzipien und die zentralen Elemente erfolgreichen Verkaufs- und Vertriebsmanagements.

Sie erfahren und trainieren vielfach erprobte Methoden und Instrumente, die anschliessend in der Praxis sofort anwendbar sind. Das Seminar konzentriert sich zum einen auf die konzeptionellen Fragen des Verkaufsmanagements und stellt zum anderen die operative Umsetzung des Verkaufsverantwortlichen in den Vordergrund.

Folgende Fragestellungen werden intensiv behandelt:

- Wie werden griffige Verkaufsmanagementkonzepte – gerade auch in digitalen Zeiten – im Einklang mit der Gesamtstrategie erarbeitet und umgesetzt?
- Wo lauern die grössten Flopgefahren? Wie wird die jeweilige Erfolgswahrscheinlichkeit verbessert?

- Welche präzisen Tools helfen bei der Bestimmung der eigenen Position und die anderer Unternehmen?
- Welche kundenspezifischen Verkaufsstrategien haben sich in der Praxis bewährt?
- Wie wird der eigenen Verkaufsmannschaft zu Schlagkraft am Markt verholfen?
- Wie wird ein strategie- und kundenorientierter Vertrieb aufgebaut?
- Was tun zu den Themen Digital Customer Care und aktives Key Account-Management?
- Wie wird der Verkaufsverantwortliche zum Teamleader?
- Welche Gesetzmässigkeiten guter Kommunikation sind gerade im Verkauf und Kundenkontakt besonders wichtig?
- Wie der Kundennutzen so kommuniziert wird, dass damit die Erfolgchancen beim Abschluss von Geschäften oder beim Einholen von wichtigen Aufträgen optimiert werden.
- Wie bekommt man hohe Arbeitsbelastung und Verantwortungsdruck wirksam in den Griff?
- Welches sind die Hebel eines effektiven Verkaufscontrollings und damit höherer Rentabilität?

Themen

Verkaufen in digitalen Zeiten

- Merkmale des Verkaufsmanagements in der digitalen und klassischen Ökonomie
- Falsches Verkaufsmanagement als häufigster Engpass für Geschäftserfolg
- Voraussetzungen für überdurchschnittlichen Verkaufserfolg: Total Customer Focus, Kundenzufriedenheit, Customer Insight

Die präzisen Analyseinstrumente für Marktbearbeitung und Verkauf

- Verkaufsmanagement-Audit als Ausgangspunkt: Die Fallgruben der Kundenorientierung umgehen
- Konkurrenz- und Marktresearch: Vom Mitbewerber lernen – effizientes Beschaffen der richtigen Markt- und Kundeninformationen – Methodik zum Erspüren künftiger Bedürfnisse
- Bestimmen des Preis-/Leistungsquotienten
- Wann ist ein Redesign der Verkaufsprozesse nötig?
- Benchmarking als Analysetool richtig eingesetzt
- Neue Vertriebsschienen im B2B- und B2C-Marketing dank Internet

Der Aufbau eines griffigen Verkaufsmanagement-Konzeptes

- Vom Kundenproblem zum Verkaufskonzept: Die notwendigen Schritte zur Konzepterarbeitung und Steuerungsfaktoren für Markterfolg
- Die Unique Selling Proposition (USP) bestimmen: Segmente, Nischen und Fähigkeiten im relevanten Markt definieren; Kundenerwartungen mehr als erfüllen
- Den richtigen Akquisitionsansatz dank Kaufprozessforschung finden: «Gekauft werden» oder «aktiv Erstkontakte erschliessen»?
- Erprobte Konzepte für stagnierende und schnell wachsende Märkte
- Organisations-Management im Verkauf: Definition und Erfolgsfaktoren der Vertriebsarchitektur; Verkaufskanalkonflikte

Marktbearbeitungs-Strategien definieren

- Das Spielbrett des Verkaufsmanagers als Ausgangslage: Old Game versus New Game – Head on versus Avoid
- Von Verkaufsstrategien, die nur Geld kosten, zu solchen, die Geld bringen

- Produkt-Marktstrategien für etablierte und neue Produkte
- Gezielte Dumpingpolitik, die greift
- Welche Grundregeln für Portfolio Management im Verkauf zu beachten sind
- Suche und Selektion von digitalen Märkten: Digitales Marketing

Der Verkaufsverantwortliche als Führungspersönlichkeit und Coach

- Verhaltens- und Führungssituationen im Verkauf
- Dynamisierung durch Empowerment
- Das Zusammenspiel der Verkaufsmannschaft: Schwachstellen im Team aufspüren und eliminieren
- Wie der Verkaufsverantwortliche zum Multiplikator wird
- Vom Produkt- zum Problemlösungsverkauf: Was ändert sich in der Führung? Führung 4.0

Die Umsetzung in der operativen Verkaufsführung

- Visionen, Leitbilder und Strategien im Verkauf
- Praxisbewährte Anreizsysteme
- Die Mobilisierung von Nichtkäufern, Kaufvereinfachung – Strategien zur Neukundengewinnung

- Rasche Umsatzsteigerung – wie vorgehen?
- So löst man sich von der Preis- und Konditionenspirale
- Tragende Kernfähigkeiten im Verkauf weiterentwickeln und Spielregeln im Umgang mit Kunden
- Den Innendienst aktivieren

Key Account Management

- Geschäftsausweitung durch ein systematisches Key Account Management-Konzept
- Wie werden Schlüsselkunden systematisch identifiziert und definiert?
- Ist eine «Planung von Beziehungen» möglich? Multilevel Beziehungsmanagement
- Potenzialausschöpfung, Kundenrentabilität und ungenutzte Potenziale: die «ungehobenen Schätze» unseres Unternehmens sichtbar machen
- Wie werden Kundenentwicklungspläne erfolgreich implementiert – Vom KAM-Portfolio zu Kundenentwicklungsplänen zur Steigerung der Wertschöpfung
- Customer Value und Grosskundengeschäft
- Der Werkzeugkasten des Key Account Managers

Strategisches Key Account Management Programm

Die umfassende Key Account Manager Weiterbildung

Durchführungen

2025

Nr. AV4755 **5. Durchführung 2025**

- 1. Teil 10. – 13. Nov. 2025, Stuttgart
- 2. Teil 3. – 6. Februar 2026, Davos
- 4. Teil 27. – 30. April 2026, Berlin

2026

Nr. AV4716 **1. Durchführung 2026**

- 1. Teil 2. – 5. Februar 2026, München
- 2. Teil 4. – 7. Mai 2026, Bregenz
- 3. Teil 14. – 17. Sep. 2026, St.Gallen

Nr. AV4726 **2. Durchführung 2026**

- 1. Teil 16. – 19. März 2026, Luzern
- 4. Teil 4. – 7. Mai 2026, Bregenz
- 3. Teil 14. – 17. Sep. 2026, St.Gallen

Nr. AV4736 **3. Durchführung 2026**

- 1. Teil 22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
- 2. Teil 28. Sep. – 1. Okt. 2026, Stuttgart
- 3. Teil 30. Nov. – 3. Dez. 2026, Stuttgart

Nr. AV4746 **4. Durchführung 2026**

- 1. Teil 21. – 24. Sep. 2026, Stuttgart
- 2. Teil 9. – 12. November 2026, Luzern
- 3. Teil 30. Nov. – 3. Dez. 2026, Stuttgart

Dauer: 4 + 4 + 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 12 000.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av47

Zielgruppe (w/m)

- Verkaufsdirektoren, Key Account-Verantwortliche
- Verantwortliche für Akquisition und Betreuung von Schlüsselkunden
- Spezialisten der Marktbearbeitung
- Vertriebsexperten mit Koordinationsaufgaben zum Produktmanagement
- Verantwortliche für bedeutende Marktsegmente

Konzept

Key Account Management Weiterbildung ist entscheidend für nachhaltiges Wachstum, stärkt die Kundenbindung, erhöht den Umsatz und verbessert die Zusammenarbeit mit Schlüsselkunden. Sie vermittelt moderne Verhandlungs- und Analysekompetenzen, um komplexe Kundenbeziehungen erfolgreich zu steuern. Auch interne Prozesse werden effizienter. So bleiben Unternehmen wettbewerbsfähig und handlungsstark.

Teil 1: Strategische Positionierung

Teil 2: Verkaufs- & Kundenmanagement

Teil 3: Soziale Kompetenzen und Verhandlungsführung

Themen

Teil 1: Gute Strategische Positionierung

Wer Aufgaben im Key Account Management wahrnimmt, hat eine grosse Verantwortung für das ganze Unternehmen: Die Gestaltung vertrauensvoller, rentabler und nachhaltiger Geschäftsbeziehungen zu jenen Kunden, ohne die das Unternehmen schnell einmal in Schieflage geraten kann. Key Account Manager sind dabei immer nur so gut, wie es die strategische Wettbewerbspositionierung des Unternehmens zulässt: Ein erfolgreiches Key Account Management beginnt bei der Strategischen Positionierung des Unternehmens und seiner einzelnen Geschäftsfelder und Business Units. Der erste Teil dieses Programms besteht daher aus einem 4-tägigen Strategie-Seminar.

Teil 2: Gekonntes Vertriebs-, Verkaufs- und Kundenmanagement

Der zweite Teil des Programms behandelt die Themen «Vertriebs- und Kundenmanagement», also jene Bereiche, in denen es dank höchstem Kundennutzen, einer starken Vertriebsstrategie und einer ausserordentlichen Verkaufsleistung gelingen muss, die Kompetenz des Unternehmens in Marktanteile, Aufträge und rentable Kundenbeziehungen zu transformieren, speziell auch bei den Key Accounts.

Teil 3: Persönliche Kompetenzen

Welche persönlichen Kompetenzen benötigen die Key Account Verantwortlichen dazu? Ein hohes Mass an Sozialkompetenz; Verhandlungsgeschick; motivierende Kommunikation; Überzeugungs- und Durchsetzungsvermögen. Aber auch Führungsstärke, Teamfähigkeit und Motivationskraft. Als Schnittstelle zwischen Kunde und vielen Bereichen des Unternehmens sind diese sozialen Fähigkeiten besonders wichtig.

Einklang von Strategie, Vertriebs- und Verhandlungskompetenz

Die Key Account Management Weiterbildung bringt diese 3 Themenbereiche in Einklang. Wer

- über eine überzeugende Strategie mit Wettbewerbsvorteilen verfügt,
- wer hohen Kundennutzen schafft,
- wer diesen dank überzeugendem Vertriebskonzept in eine hervorragende Markt- und Kundenbearbeitung überführt und wer zudem über soziale Kompetenz und Verhandlungsstärke im Umgang mit Kunden, Einkäufern und Lead Buyer verfügt,
- der ist für den Erfolg im Key Account Management bestens gewappnet.

Von der Geschäftsidee zum Markterfolg

Durchführungen

2025

Nr. 65425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8.–11. Dezember 2025, Davos
2. Teil	23.–26. März 2026, Lenzerheide

2026

Nr. 65126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9.–12. Februar 2026, St.Gallen
2. Teil	4.–7. Mai 2026, Bregenz

Nr. 65226	2. Durchführung 2026
1. Teil	4.–7. Mai 2026, St.Gallen
2. Teil	28. Sep.–1. Okt. 2026, Stuttgart

Nr. 65326	3. Durchführung 2026
1. Teil	22.–25. Juni 2026, München
2. Teil	28. Sep.–1. Okt. 2026, Stuttgart

Nr. 65426	4. Durchführung 2026
1. Teil	9.–12. November 2026, St.Gallen
2. Teil	12.–15. April 2027, Berlin

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 8500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/65

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, die für den erfolgreichen Aufbau eines neuen Geschäfts verantwortlich sind oder in diese Position kommen könnten
2. Spezialist:innen und Verantwortliche für Innovationsprojekte, die zum Aufbau eines neuen Geschäfts beitragen wollen

Konzept

Jedes erfolgreiche neue Geschäft ist einer unternehmerischen Leistung zu verdanken. Sie muss an vielen Stellen erbracht werden: Vom den verantwortlichen «Startup-Manager:innen», aber genauso von den etablierten Kolleginnen und Kollegen, die das Neue mit der vollen Kraft unterstützen sollen.

In diesem Programm lernen Sie, die innovative Kraft des Unternehmens auf Erfolg versprechende New Business Projekte auszurichten. Sie lernen das Vorgehen, die Erfolgsfaktoren, die Management Instrumente und die persönlichen Führungsaufgaben, um aus einer guten Geschäftsidee ein Business aufzubauen, das zu Wachstum, Profitabilität und Unternehmenswert führt.

Aufbau

Teil 1: Startup-Management

Teil 2: Dank Strategischem Kundenmanagement und Verkaufs- rep. Vertriebskompetenz zum Erfolg am Markt.

Themen

Neue Geschäfte im Unternehmen aufbauen

- Was braucht es, um aus einer guten Idee ein erfolgreiches neues Geschäft aufzubauen?
- Gesetzmässigkeiten, wissenschaftliche Erkenntnisse, praktische Erfahrung

Startup-Management im etablierten Unternehmen

- Wie Erfolg versprechende Ideen entwickelt werden
- Wie Machbarkeit, Realisierungschance und Flop-Gefahr eingeschätzt werden

Neuer Kundennutzen

- Warum Neues nur dann wirklich erfolgreich ist, wenn den Kunden ein massiv gesteigerter Kundennutzen geboten wird
- Wer aber ist «der Kunde»?
- Die vernetzte Darstellung des «Kundensystems»

Die innovationsfreundliche Organisation

- Die Gestaltung einer innovationsfreundlichen Unternehmenskultur
- Kreativität, Agilität, Tatendrang und Unternehmertum fördern
- Innovationsunterstützende Führungsprinzipien
- Fehler zulassen, aus Fehlern lernen
- Testen, experimentieren, Lernen und Lerneffekte mit «Macherqualität» nutzen
- Umsetzungsbarrieren umlaufen, denn: Innovation ist zeitkritisch.

Neue Geschäfte am Markt umsetzen

- Wie Neues das Alte verdrängt: Empirische Gesetzmässigkeiten
- Widerstand gegenüber Neuem: Ein Problem für die Innovation?
- Reichen die klassischen Marketing- und Vertriebskanäle des Unternehmens?
- Marketing, Sales und Vertrieb auf dem Prüfstand
- Digitale Kommunikation, Digital Marketing, Digital Sales, Online und alternative Marktbearbeitung: Ergänzung oder komplett neue Vermarktungs-Strategie?

Sales & Verkaufsführung

Durchführungen

2025

Nr. 07425 **4. Durchführung 2025**
4. – 7. November 2025
Köln

2026

Nr. 07126 **1. Durchführung 2026**
3. – 6. Februar 2026
Davos

Nr. 07226 **2. Durchführung 2026**
4. – 7. Mai 2026
Bregenz

Nr. 07326 **3. Durchführung 2026**
28. September – 1. Oktober 2026
Stuttgart

Nr. 07426 **4. Durchführung 2026**
9. – 12. November 2026
Luzern

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/07

Zielgruppe (w/m)

1. Verkaufs-, Vertriebs- und Business-Unit-Leiter:innen
2. Geschäftsführer:innen
3. Verkaufs- und Vertriebsverantwortliche
4. Filial- und Niederlassungsleiter:innen
5. Produkt- und Projektverantwortliche.
6. Führungs- und Fachkräfte, die zunehmend mit bedeutenderen Verkaufsaufgaben konfrontiert werden.

Konzept

Marketing-, Vertriebs- und Verkaufskonzepte müssen am Markt erfolgreich umgesetzt werden. Welche Instrumente sollten genutzt werden? Wie funktioniert die Führung im Verkauf? Was ist zu tun, um den Verkauf zu einer Kernkompetenz im Wettstreit um rentable Kunden, attraktive Aufträge, Wachstum und Marktanteilsge Gewinn zu entwickeln?

Themen

Die Vertriebsleistung

- Wie Verkaufsleiter besser führen
- Wie Verkaufsleiter Wachstum steuern

Analysen und Facts als Basis für die Vertriebsstrategie

- Vertriebs-Kompetenzanalyse
- Kundennutzen und Wert für den Kunden
- Zielkunden-Analyse
- Vertriebskanal-Analyse
- Marktanalyse
- Vertriebs-Organisationsplan
- Kundenplan
- Verkaufsplan
- Führungs- und Leistungskonzepte

Prinzipien für Verkaufserfolg

- Fokus Resultate, Ziele und Key Actions
- Leistungskultur und ehrgeizige Ziele
- Optimierte Vertriebsprozesse
- Gezieltes Kundenmanagement
- Kontaktfrequenz und Kontaktqualität
- Prinzip der radikalen Priorisierung
- Kundenmigration steuern

Digitalisierung des Vertriebs

- Buyers-Journey
- Digital Sellers Journey
- Sinkende Kundenbindung
- Digitale Reichweite, digitaler Fussabdruck

Preise verhandeln

- Preissteigerung bei hoher Inflation
- Die Aufrüstung im Einkauf
- Ohne Daten – keine Argumentation
- Wertorientiert argumentieren
- Alleinstellungsmerkmale
- Consultative Selling

Key Account Management

- Investition in die Geschäftsbeziehung
- Das Buying Center
- Value Proposition Canvas: Individuelle Lösungen für Schlüsselkunden
- Fähigkeits-Profil des KA-Managers

Führen im Vertrieb

- Alternative Führungsansätze und situative Führung im Vertrieb
- Typologie der Vertriebsmitarbeiter:innen
- Vertriebsmitarbeiter:innen typengerecht führen
- Vertriebsresilienz als Basis für Vertriebsserfolg

Kundenmanagement und Umsetzung im Vertrieb

Durchführungen

2025

Nr. 90425	4. Durchführung 2025
1. Teil	8.–11. Dezember 2025, Stuttgart
2. Teil	3.–6. Februar 2026, Davos
3. Teil	23.–25. März 2026, Davos

2026

Nr. 90126	1. Durchführung 2026
1. Teil	23.–26. März 2026, Lenzerheide
2. Teil	4.–7. Mai 2026, Bregenz
3. Teil	8.–10. Juni 2026, Bregenz

Nr. 90226	2. Durchführung 2026
1. Teil	15.–18. Juni 2026, Rottach-Egern
2. Teil	28. Sep.–1. Okt. 2026, Stuttgart
3. Teil	1.–3. Dezember 2026, Zürich

Nr. 90326	3. Durchführung 2026
1. Teil	5.–8. Oktober 2026, Berlin
2. Teil	9.–12. November 2026, Luzern
3. Teil	1.–3. Dezember 2026, Zürich

Nr. 90426	4. Durchführung 2026
1. Teil	7.–10. Dezember 2026, St.Gallen
2. Teil	1.–3. März 2027, Köln
3. Teil	12.–15. April 2027, Berlin

Dauer: 4 + 4 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 11900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/90

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte aus Vertrieb, Verkauf, Marketing, Produktmanagement, Servicemanagement
2. Verantwortliche für Kunden und Key Accounts
3. Führungskräfte und Spezialist:innen.

Aufbau

Teil 1: Kunden- und Vertriebsmanagement. 4 Tage.

Teil 2: Verkauf, Key Account Management und Verkaufsführung. 4 Tage.

Teil 3: Veränderungen umsetzen. 3 Tage.

Konzept

Dieses Programm eignet sich speziell für Verantwortliche für Umsatz, Ergebnis, Marktposition sowie Produkt- und Kundenerfolg, die ihre Vertriebs- und Verkaufsstrategien überprüfen möchten und neue Ansätze zur Verstärkung ihrer Vertriebs- und Verkaufskonzepte suchen.

Themen

Kundenmanagement

- Die Werkzeuge des aktiven Kundenmanagements
- Sales Intelligence

Key Account Management

- Die Kundenorganisation verstehen
- Typologie der möglichen Key-Account-Strategien
- Das Nutzenversprechen anreichern
- Die eigene Key Account Strategie

Dienstleistungs-Verkauf

- Abstrakte, nicht «begreifbare» Leistungen verkaufen
- Management der Erwartungshaltungen
- Mit Lösungsansätzen überzeugen

Systemverkauf

- Erfolg mit Systemverkauf
- Facility Management, Solutions
- Lösungsstrategien in der Praxis

Digitalisierung vorantreiben

- Digitale Verkaufskonzepte
- Automatisierung ausgewählter Prozesse der Kundenbetreuung, Kundensicherung und Neukundenakquisition

Operatives Verkaufs- und Vertriebsmanagement

- Optimierung der Verkaufsleistung durch operatives Verkaufs- und Vertriebsmanagement
- Erstklassige Leistungen im Verkauf und Vertrieb

Führung im Vertrieb

- Vertriebsmanager als Führungspersönlichkeiten
- Führen, Motivieren und gemeinsame Erfolge feiern
- Resilienz im Vertrieb: Nicht aufgeben, aus Niederlagen lernen
- Die Leistung des Vertriebs messen und belohnen
- Coaching der Verkaufsverantwortlichen

Veränderungen umsetzen

Der Widerstand gegenüber Neuem ist im Verkauf und Vertrieb oft besonders heftig: Wer einen Kundenstock aufgebaut hat, ein gutes Verkaufsgebiet verantwortet, mit einem bestehenden Verkaufsapproach erfolgreich ist, fürchtet sich vor Neuem, das die Ernte dieser Aufbauarbeit gefährdet. Gekonntes Change Management ist da besonders wichtig.

Strategisches Verkaufsmanagement

Durchführungen

2025

Nr. 44425 **4. Durchführung 2025**
8. – 11. Dezember 2025
Stuttgart

2026

Nr. 44126 **1. Durchführung 2026**
3. – 6. Februar 2026
Davos

Nr. 44226 **2. Durchführung 2026**
4. – 7. Mai 2026
Bregenz

Nr. 44326 **3. Durchführung 2026**
28. Sep. – 1. Okt. 2026
Stuttgart

Nr. 44426 **4. Durchführung 2026**
9. – 12. November 2026
Luzern

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 5500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/44

Zielgruppe (w/m)

1. Executives mit Verantwortung für Markterfolg
2. Verkaufsleiter, Vertriebsleiter
3. Marketing-Spezialisten
4. Key Account Manager
5. Profit Center-Verantwortliche

Konzept

Das Seminar vermittelt die Schlüsselprinzipien und die zentralen Elemente erfolgreichen Verkaufs- und Vertriebsmanagements:

- Welche strategischen und konzeptionellen Voraussetzungen sind zu schaffen, um im Verkauf heute und morgen erfolgreich sein zu können?
- Wie wird aus einer Geschäftsstrategie ein effektives Verkaufskonzept entwickelt? Welche geeigneten Verkaufsprozesse führen zum Erfolg im Markt?
- Welchen Effekt haben Digitalisierung und Industrie 4.0, Künstliche Intelligenz und technologische Innovation?

Themen

Geschäfts- und Marketingstrategie

- Strategische Leitplanken im Verkauf
- Definition des relevanten Marktes
- Verkaufsprozesse effektiv gestalten, Kundensegmentierung
- Erfassen von Kundenbedürfnissen: Digitale Innovationsideen
- Geschäfts- und Marketingstrategie als Vorgaben für Verkaufserfolg

Verkaufsstrategie, Verkaufskonzept

- Zielvorgaben bzgl. Umsatz, Ergebnis, Marktanteil, Kundenzufriedenheit
- Portfoliogestützte Produkt-/Marktstrategien und Absatzkanäle
- Entscheidungen zu Qualitäts-, Kommunikations-, Preis-Strategie und Vermarktungspolitik

Maximale Kundenorientierung

- Wachstumsfördernde Kunden-Segmentierung
- Schlüsselkunden definieren
- Ein überzeugendes Key Account Konzept entwickeln und realisieren
- Einzigartige Vorteile für spezielle Kunden
- Best Practices im Beziehungsmanagement

Vertriebskanal-Management

- Wenn traditionelle Vertriebskanäle an Wirkung verlieren
- Wenn die Vertriebskanäle «verstopft» sind
- Von der Notwendigkeit, innovativ zu verkaufen
- Strategisch richtig verkaufen beginnt beim Aufbau neuer Vertriebskanäle

Vertriebsführung und Sales Coaching

- Führungssysteme im Vertrieb
- Motivation und Incentivierung leistungsorientierter Teams
- Umgang mit Low Performern und Erfolgsdruck

Digitalisierung & moderne Sales Tools

- Integration digitaler Systeme zur Effizienzsteigerung und Skalierung
- Einsatz von CRM-Systemen und Sales Analytics
 - Automatisierung im Vertriebsprozess (Lead-Scoring, Funnels)
 - Digitale Kundenerlebnisse: Video-Sales, Self-Service-Plattformen
 - Datengetriebene Vertriebsentscheidungen (z. B. Predictive Sales)

Strategisches Marketing Programm

Durchführungen

2025

Nr. 42425	4. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. Nov. 2025, Stuttgart
2. Teil	8. – 10. Dezember 2025, Frankfurt
3. Teil	2. – 5. März 2026, St. Gallen

Nr. 42525	5. Durchführung 2025
1. Teil	15. – 18. Dezember 2025, St. Gallen
2. Teil	2. – 5. März 2026, St. Gallen
3. Teil	27. – 29. April 2026, St. Gallen

2026

Nr. 42126	1. Durchführung 2026
1. Teil	2. – 5. Februar 2026, München
2. Teil	23. – 26. März 2026, Lenzerheide
3. Teil	27. – 29. April 2026, St. Gallen

Nr. 42226	2. Durchführung 2026
1. Teil	16. – 19. März 2026, Luzern
2. Teil	15. – 18. Juni 2026, Rottach-Egern
3. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Zürich

Nr. 42326	3. Durchführung 2026
1. Teil	22. – 25. Juni 2026, Lenzerheide
2. Teil	5. – 8. Oktober 2026, Berlin
3. Teil	14. – 16. Dezember 2026, Frankfurt

Dauer: 4 + 4 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 11 900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/42

Zielgruppe (w/m)

1. Executives und Führungskräfte, die eine umfassende strategische Marketingkompetenz benötigen
2. Verantwortliche für Strategisches Marketing

Konzept

Das Strategische Marketing Programm der SGBS kombiniert Marketing mit Strategie und finanziellem Ergebnismangement:

Es stellt das Marketing in einen Bezug zu jenen Themen, die im Sinne eines ganzheitlichen Kunden- und Marktmanagements von Bedeutung sind.

Teil 1, das 4-tägige Strategie-Seminar, zeigt, wie vorzugehen ist, um das Unternehmen in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

Teil 2 besteht aus einem 4-tägigen Seminar zum erfolgreichen Marketing.

Teil 3 behandelt die finanzielle Führung, das Führen mit Kennzahlen und bringt das notwendige Finanz-Wissen zur Steuerung des finanziellen Erfolgs.

Themen

Teil 1: Die beste Strategie für Unternehmen und Teilbereiche entwickeln

- Kundenorientierung und Kundennutzen als Basis einer erfolgreichen Unternehmensstrategie
- Das Geschäftsmodell heute und in Zukunft
- Von der Strategischen Analyse zur bestmöglichen Strategie
- Die strategischen Gesetzmässigkeiten kennen
- Die bestmögliche Strategie bestimmen
- Veränderungsbedarf kommunizieren
- Strategien umsetzen

Teil 2: Erfolgreiches Kundenmanagement

- Das Kerngeschäft bestimmen
- Expansion: Fokus der Ressourcen auf rentable Geschäfte
- Die eigene Positionierung heute
- Der Markenkern
- Einzigartigkeit und Differenzierung als Erfolgsfaktor des guten Marketing
- Die Wettbewerbsposition: Wie ermitteln, wie steuern?
- Die Marktpräsenz: Kommunikations- und Vertriebskanäle nutzen
- Neue Geschäfte aufbauen
- Preis- und Konditionenstrategie

- Verkaufs- und Vertriebskonzept
- Bestehende und neue Vertriebskanäle
- Kundenmanagement
- Schlüsselkunden sichern und neu gewinnen
- Marketing-Kommunikation
- Kundenmanagement, Customer Relationship
- Markterfolg planen, aber auch erreichen

Teil 3: Finanzieller Erfolg

Im dritten Teil geht es um die Umsetzung in konkrete finanzielle Resultate

- Finanziellen Erfolg planen und realisieren
- Den finanziellen Erfolg planen
- Mehrwert-Konzepte für steigende Gewinnmargen
- Kostenführerschaft, Kostenflexibilität oder Premium-Preiskonzept?
- Die finanziellen Konsequenzen von Strategie und Marketing Konzept verstehen
- Führen mit Kennzahlen: Die Controlling-Aufgabe der Führungskraft
- Mit welchen Instrumenten Nicht-Finanzprofis die finanziellen Aspekte steuern können
- Ebit, Rendite und Unternehmenswert: Die Konzepte und Massnahmen, um ehrgeizige finanzielle Ziele zu erreichen

Customer Value, Marketing und Vertriebsstrategie

Durchführungen

2025

Nr. AV6045 4. Durchführung 2025

1. Teil 15. – 18. Dezember 2025, Köln
2. Teil 9. – 12. Februar 2026, St.Gallen

2026

Nr. AV6016 1. Durchführung 2026

1. Teil 23. – 26. März 2026, Lenzerheide
2. Teil 4. – 7. Mai 2026, Bregenz

Nr. AV6026 2. Durchführung 2026

1. Teil 15. – 18. Juni 2026, Rottach-Egern
2. Teil 28. Sep. – 1. Okt. 2026, Stuttgart

Nr. AV6036 3. Durchführung 2026

1. Teil 5. – 8. Oktober 2026, Berlin
2. Teil 9. – 12. November 2026, Luzern

Nr. AV6046 4. Durchführung 2026

1. Teil 7. – 10. Dezember 2026, St.Gallen
2. Teil 12. – 15. April 2027, Berlin

Dauer: 4 + 4 Tage

Seminargebühr: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av60

Zielgruppe (w/m)

1. Führungs- und Fachkräfte sowie Spezialist:innen, die einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens am Markt leisten
2. Mitarbeitende mit Kundenfokus, die in Marketing- und Verkaufsprozesse wichtige Aufgaben wahrnehmen.

Seminarziele

Das Seminar zeigt, wie erfolgreiche Unternehmen vorgehen, um immer wieder neuen Kundennutzen zu bieten und wie sie dadurch ihre Wettbewerbsstellung sichern und ausbauen. Es zeigt zudem, wie der Fokus auf «Customer Value» im Rahmen der Vertriebsstrategie und Vertriebssteuerung verankert wird.

Aufbau

Teil 1: Kundenmanagement

Teil 2: Der wirkungsvolle Vertrieb, Digitaler Vertrieb und neue Vertriebs-Konstellationen

Konzept

Nachhaltiger Erfolg eines Unternehmens bedingt, den Kundennutzen oder Customer Value immer wieder neu zu erfinden. So werden durch neuen Customer Value neue Märkte geschaffen, entstehen Räume für neues Wachstum und neue Rentabilität. Überbringer des Kundennutzens ist der Vertrieb. Er bildet das Scharnier zwischen den internen Bereichen des Unternehmens und der Welt der Kunden. Er hat den Puls am Wettbewerb und weiss, wo die eigene Differenzierung und Einzigartigkeit relativ die grösste Wirkung erzielen. Der Vertrieb setzt um. Steuert den «Point of Sales». Macht aus Konzepten Resultate. Eine gute Unternehmung braucht daher einen exzellenten Vertrieb. Aufgabe der Vertriebsstrategie ist es, diese Exzellenz zu planen und in erstklassige Resultate am Markt zu transferieren.

Vertriebsstrategie

Stärke im Vertrieb ist eine besonders wirkungsvolle «Waffe» im Bemühen um Erfolg am Markt. Ziel der Vertriebsstrategie muss es daher sein, besser als andere Kaufentscheidungsprozesse zu unterstützen, den Kauf zu bewirken, rentable Aufträge zu gewinnen. Dies erfolgt zunehmend in neuen Wertschöpfungs-Netzwerken und mit digitalen Plattform-Ansätzen.

Themen

- Marketing als Instrument des Kunden-Managements
- Wie erfolgreiche Firmen kunden-zentriert vorgehen
- Wie entsteht einzigartiger Kundennutzen?
- Wie richte ich mein Produkt- und Serviceportfolio auf die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden aus?
- Wie steigere ich den Nutzen meiner Kunden?
- Welche Kundengruppen kann ich mit meinem Angebot noch zusätzlich erreichen?
- Kundenpotenzial erkennen: Wie vorgehen?
- Potenzialnutzung, Potenzialabdeckung durch Wettbewerb, freies Potenzial
- Wie segmentiere ich potentialgesteuert?
- Optionen und neue Ideen zur verbesserten Potenzialnutzung entwickeln
- Erfolge messbar machen
- Gekonnte Implementierung
- Vertriebsmitarbeiter dynamisieren
- Führungsinstrumente zur Steuerung
- Schaffen von Voraussetzungen: IT und Kommunikation
- Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Management Weiterbildung für
Executives & Führungskräfte

Finanzielle Führung, finanzielle Resultate

Finanz-Wissen für Führungskräfte	118
Finanzmanagement für Ergebnisverantwortliche	119
Finanz-Programm für Führungskräfte	120
Controlling und Führen mit Kennzahlen	122
St. Galler Finanzlehrgang	123
Finanzielle Entscheidungen richtig treffen	124
Ebit und Cash Flow Management	125
Mergers & Acquisitions	126
Strategisches Mergers & Acquisitions	127
Unternehmen kaufen und verkaufen	128
Die finanzielle Ergebnisverantwortung der Führungskraft	129



Finanz-Wissen für Führungskräfte

Durchführungen

2025

Nr. 53425 **4. Durchführung 2025**
10. – 13. November 2025
St. Gallen

2026

Nr. 53126 **1. Durchführung 2026**
9. – 12. Februar 2026
St. Gallen

Nr. 53226 **2. Durchführung 2026**
23. – 26. März 2026
Köln

Nr. 53326 **3. Durchführung 2026**
6. – 9. Juli 2026
Brunnen

Nr. 53426 **4. Durchführung 2026**
21. – 24. September 2026
Stuttgart

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch
in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine
und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/53

Zielgruppe (w/m)

Teilnehmende sind Führungskräfte,
Spezialist:innen und Leistungsträger:in-
nen aus allen Bereichen, die

1. bestehendes Wissen im finanziellen
Bereich ausbauen wollen
2. sich in den Themen der finanziel-
len Führung systematisch weiter-
bilden wollen
3. finanzielle Konsequenzen ihrer
Entscheidungen erkennen wollen
4. für finanzielle Ergebnisse wie
Gewinn, Cashflow oder Rendite zu-
ständig sind respektive sein werden

Konzept

In systematischer Form erhalten sie
einen umfassenden Überblick über die
wichtigsten Themen des Finanz- und
Rechnungswesens.

Themen

Finanzielle Ziele verstehen

- Welche finanziellen Ziele sind wichtig?
- Was kann eine gute finanzielle Füh-
rung bewirken?

Die wichtigsten Instrumente

- Instrumente zur Steuerung eines
Cost-Centers, eines Profit Centers
und der Unternehmung

Kostenrechnung

- Grundlagen der Kostenrechnung
- Die Kalkulation
- Plankosten, Abweichungsanalysen
- Deckungsbeitrags-Rechnung
- Prozesskosten

Die Planung

- Ehrgeizig, aber realisierbar planen
- Strategien, Konzepte und Projekte
zu Plänen verarbeiten
- Die Gewinnschwelle planen
- Gewinnmarge und Profitabilität
- Liquiditätsplanung

Die Budgetierung

- Wie aus Plänen ein Budget wird
- Der Budgetierungs-Prozess

Investitionen beantragen

- Das Investitionsprojekt beantragen

- Wirtschaftlichkeits-Berechnung
- Pay-back-Periode
- Make or buy, Outsourcing

Kapitalbedarf

- Wieviel Kapital braucht ein Business?
- Wo ist dieses Kapital gebunden?
- Wie viel Kapitalbindung ist sinnvoll?
- Kosten des Kapitals

Finanzierung

- Finanzierung mit Eigenkapital
- Finanzierung mit Fremdkapital
- Kurz- und langfristiger Finanzbedarf
- Formen der Finanzierung

Kennzahlen richtig interpretieren

- Die Kennzahlen und Daten des
Controllings verstehen, richtig in-
terpretieren und nutzen

Bilanzen, Jahresbericht

- Bilanzen lesen, Kennzahlen kennen
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Mittelflussrechnung

Finanzielle Ergebnisse

- EBIT, EBITDA
- ROS, ROCE, ROI
- Cash Flow, und andere Kennzahlen



Für englischsprachige Führungskräfte
gibt es dieses Programm auch
in Englisch: www.sgbs.com/e53

Finanzmanagement für Ergebnisverantwortliche

Die finanzielle Ergebnisverantwortung

Durchführungen

2025

Nr. 51425 **4. Durchführung 2025**
15. – 18. Dezember 2025
Stuttgart

2026

Nr. 51126 **1. Durchführung 2026**
23. – 26. Februar 2026
Davos

Nr. 51226 **2. Durchführung 2026**
4. – 7. Mai 2026
Luzern

Nr. 51326 **3. Durchführung 2026**
29. Juni – 2. Juli 2026
Rottach-Egern

Nr. 51426 **4. Durchführung 2026**
21. – 24. September 2026
Rottach-Egern

Dauer: 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 5900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/51

Zielgruppe (w/m)

- Führungskräfte aus der Executive- und General Managementebene
- Geschäftsführer, Vorstände, Mitglieder der GL, Direktoren
- Executives mit Verantwortung für wichtige Funktionen, Bereiche, Geschäftsfelder, Business Units, Tochtergesellschaften, grosse Projekte
- Führungskräfte und Spezialisten aus Unternehmensplanungs- und Finanzbereichen
- Unternehmer, Gesellschafter und Leitende aus Familienunternehmen

Konzept

4-tägiges hochkarätiges Finanzseminar für all jene Ergebnisverantwortlichen im Unternehmen,

- deren Handeln grosse Auswirkungen auf die finanziellen Ergebnisse des Unternehmens haben
- die Wissen aktualisieren oder erweitern wollen, um die finanziellen Führungsaufgaben erfolgreich zu steuern
- die ehrgeizige finanzielle Ergebnisse erreichen wollen und dazu wertvolle Impulse suchen.

Themen

Die finanzielle Führungsaufgabe von Executives

- Instrumente und Methoden im Überblick: Das müssen Manager wissen
- Liquidität, Profitabilität, Rentabilität und Finanzierung im Fokus

Kosten- und Gewinnmanagement

- Gewinnsteuerung – Einflussfaktor «Digital»
- Cash-flow-Optimierung und Liquiditätssteuerung
- Rentabilitätsziele erreichen
- Kostenführerschaft oder akzeptabler Kostennachteil?
- Verlustquellen erkennen und ausmerzen: Rechtzeitig reagieren dank Worst-Case-Szenarien

Finanzierung

- Bewusster Umgang mit Kapitalintensität: In-/Outsourcing
- Die Finanzierung von Wachstum, Financial Engineering
- Umgang mit Banken und Finanzanalysten

Performance Management und Controlling

- Rationalisierungspotentiale aufspüren: Ineffizienzen und Verlustlöcher
- Bilanzmanagement: Jahresabschlüsse durchleuchten – Trends der Rechnungslegung

- Controlling als zentrale Führungsaufgabe

Strategien zur Wertoptimierung

- Das Wertpotential einer Geschäftsidee – klassisch oder digital
- Strategien zur Steigerung des Unternehmenswertes

Fusionen, Mergers und Acquisitions

- Fusion: Motive, Vor- und Nachteile, Tipps für häufige Probleme
- Desinvestition durch Verkauf
- Wachstum durch Zukauf
- Einkauf in ein neues Geschäft
- Zukauf von Fähigkeiten und Markteintritt

Nutzen

Nach diesem hochklassigen Executive-Seminar

- verfügen Sie über eine systematisierte Gesamtsicht der Tools des modernen Finanzmanagements
- sind Sie in der Lage, die zentralen finanziellen Entscheidungen bewusst zu treffen
- wissen Sie, welche Informationen Sie vom Controlling brauchen, um Ihren Bereich «im Griff» zu haben
- kennen Sie die wesentlichen Instrumente zur Steuerung finanzieller Aspekte.



Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch in Englisch: www.sgbs.com/e51

Finanz-Programm für Führungskräfte

Der Crash-Kurs zur finanziellen Führung

Durchführungen

2025

Nr. 58425	4. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. November 2025, St.Gallen
2. Teil	8. – 10. Dezember 2025, Frankfurt
3. Teil	4. – 7. Mai 2026, Luzern
4. Teil	14. – 16. September 2026, Zürich

2026

Nr. 58126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 12. Februar 2026, St.Gallen
2. Teil	23. – 26. Februar 2026, Davos
3. Teil	27. – 29. April 2026, St.Gallen
4. Teil	4. – 6. Mai 2026, Zürich
Nr. 58226	2. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. März 2026, Köln
2. Teil	4. – 7. Mai 2026, Luzern
3. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Zürich
4. Teil	14. – 16. September 2026, Zürich
Nr. 58326	3. Durchführung 2026
1. Teil	6. – 9. Juli 2026, Brunnen
2. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Rottach-Egern
3. Teil	23. – 25. November 2026, Köln
4. Teil	14. – 16. Dezember 2026, Frankfurt

Dauer: 14 Tage in 4 Teilen

Seminargebühr*: CHF 14 900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/58

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte und Entscheidungsträger:innen
2. Neu berufene Leistungsträger, die in kurzer Zeit viel Wissen zur finanziellen Führung lernen wollen
3. Leitende aus Bereichen, Geschäftsfeldern, Divisions, Business Units
4. Verantwortliche für grosse Projekte und hohe Investitionen
5. Nicht-Experten des Finanzmanagements, die wichtige finanzielle Entscheidungen treffen oder beeinflussen

Konzept

In diesem Programm lernen Sie genau die richtigen Fragen an das Controlling zu stellen, sofort die Substanz aus Reports und finanziellen Daten zu finden, Fehlentwicklungen frühzeitig zu erkennen, Gewinnpotenziale im Unternehmen zu spüren und Ihren Bereich in Richtung mehr Ebit, bessere Gewinnmarge, höhere Profitabilität, Rentabilität und Wertsteigerung zu lenken.

Aufbau

Sie erhalten viel Wissen, hochverdichtet, aber erläutert an zahlreichen Beispielen. Instrumente, Überblick, anwendbare Tools. Das Programm kann auch über einen längeren Zeitraum gestreckt werden, die Verschiebung von einer Durchführung auf eine andere für einzelne Teile ist möglich.

Teil 1: Finanz & Rechnungswesen. 4 Tage.

Teil 2: Finanzmanagement für Führungskräfte. 4 Tage.

Teil 3: Controlling: Ebit steigern und finanzielle Steuerung. 3 Tage.

Teil 4: Corporate Finance und Mergers & Acquisitions. 3 Tage.

Themen

Die Instrumente des Finanz- und Rechnungswesens

- Gesamtüberblick über das Finanz- und Rechnungswesen
- Die Instrumente des Finanz- und Rechnungswesen

Bilanzen, Erfolgsrechnungen und Managementreports

- Kennzahlen verstehen
- Fehlentwicklungen und Optimierungspotenziale rasch erkennen

Finanzmanagement

- Finanzielle Entscheidungen bewusst treffen

- Profitabilität, Rentabilität und Cash Flow bewusst steuern

Das ehrgeizige Budget

- Wie gestalten Sie Ihren Planungs- und Budgetierungsprozess?
- Beyond Budgeting

Die richtige Finanzierung

- Wie viel Kapital benötigt das Unternehmen?
- Finanzierungsstrategie und Deckung des Finanzbedarfs

Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnungen

- Grosse Investitionen müssen sich rechnen: Bis wann sollen sie zurückbezahlt sein (pay back)?
- Investitionsrechnung in der Praxis
- Die Gewinnschwelle bewusst steuern
- Produktivitäts-Management
- Cash Flow Überlegungen

Mergers & Acquisitions

- Strategisches Finanzmanagement: Wo expandieren, wo optimieren, wo desinvestieren?
- Das nötige Wissen zu Mergers & Acquisitions
- Gekonnt zukaufen, sinnvoll fusionieren, wertbringend verkaufen: Wie vorgehen?

Themen

Gewinnmargen-Management

- Die rentablen Stufen der Wertschöpfung
- Das Unternehmen auf Rentabilität trimmen

Finanzierung, Kapitalbedarf

- Wie Strategien den Kapitalbedarf treiben
- Kapitaleinsatz optimieren, Finanzierung sicherstellen

Liquiditätssteuerung

- Liquiditätsplanung
- Liquiditätssteuerung

Rentabilitäts-Management

- Eigen-, Fremd- und Gesamtkapitalrentabilität
- Leverage und Risiko
- Rentabilitäts-Management
- Nachhaltige Wertsteigerung: Wie vorgehen?

Früherkennung und aktives Steuern

- Steuerung von Gewinnmarge, Umsatzrendite, Eigenkapitalrendite
- Reduktion der Kapitalintensität
- Erhöhung des Cash Flow
- Reduktion der Fixkosten und Gestaltung des Break-Even-Punktes

- Sicherstellung ausreichender Liquidität

Kostenmanagement

- Kosten und Leistungsrechnung
- Kostenposition im Vergleich zum Wettbewerb
- Kostensenkungsprogramme

Ertragsmanagement

- Die Ertragspfeiler kennen
- Die Verlustquellen finden
- Konzentration auf rentable Geschäfte

Wertorientierung und Wertsteigerung

- Treiber des Unternehmenswerts
- Programme zur Steigerung des Unternehmenswerts, Cash Flow und Ebit steigern

Wirkungsvolles Controlling

- Die richtigen Controllinginstrumente
- Zusammenarbeit mit den unternehmensinternen Spezialisten aus Finanz und Controlling
- Sinnvolles Controlling: Best Practices

M&A als Teil der Unternehmens-Strategie

- Die eigene Marktstellung dank Zukauf verstärken
- Optimieren des eigenen Portfolios

- Kauf, Verkauf oder Fusion als ganzheitliche Entscheidung

Ein Unternehmen kaufen

- Die erhofften Synergiegewinne
- Neue Kompetenzen und Fähigkeiten für das eigene Unternehmen bewerten
- Mögliche Abschmelzprozesse und Nachteile eines Kaufs

Der Verkauf von Unternehmen oder Teilbereichen

- Motive, Ziele und Zeitachse
- Preisberechnung: Der Wert des Unternehmens
- Nachfrage schaffen: Den effektiv bezahlten Kaufpreis bestimmt die Nachfrage
- Verkaufsprozess: Die Schritte beim Unternehmensverkauf
- Die Fusion als Erfolgsstrategie

Due Dilligence

- Das Ziel-Unternehmen prüfen und bewerten
- Die Berechnung des Werts durch Experten – und was in der Praxis geschieht
- Due Dilligence: Was sollte geprüft werden, wo bringen Sie selbst Ihre Expertise ein?

Den Kaufpreis finanzieren

- Die üblichen Formen der Bezahlung des gekauften Unternehmens
- Wie werden sie finanziert?
- Barzahlung, Aktientausch, Stock Option Programme für das Management

Post Merger Integration

- Zwei Kulturen, 2 Strukturen, Systeme mit unterschiedlicher IT-Landschaft und zwei gewachsene Firmen mit eigenen Führungsprinzipien verschmelzen: Eine Mega-Aufgabe.
- Motivation, Reputation und Mitarbeiterzufriedenheit speziell in den schwierigen ersten Monaten erhalten
- Gekonnte Post Merger Integration als Basis für finanziellen Erfolg und weiterhin hohe Arbeitgeber-Attraktivität

Bitte beachten:

Wesentliche Themen der finanziellen Führung werden in mehreren Teilen des Programms bewusst mehrfach behandelt. Die bewusste «Redundanz» erlaubt es auch Nicht-Experten, das neue Wissen gezielt anzuwenden.

Controlling und Führen mit Kennzahlen

Durchführungen

2025

Nr. 56425 **4. Durchführung 2025**
8. – 10. Dezember 2025
Frankfurt

2026

Nr. 56126 **1. Durchführung 2026**
27. – 29. April 2026
St.Gallen

Nr. 56226 **2. Durchführung 2026**
29. Juni – 1. Juli 2026
Zürich

Nr. 56326 **3. Durchführung 2026**
14. – 16. September 2026
Frankfurt

Nr. 56426 **4. Durchführung 2026**
14. – 16. Dezember 2026
Frankfurt

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/56

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte, die finanzielle Kennzahlen und Controlling-Instrumente nutzen, um finanzielle Resultate erreichen zu können
2. Führungskräfte und Manager ausserhalb des Finanzbereichs, welche die Geschäftsentwicklung anhand von finanziellen Kennzahlen steuern wollen
3. Verantwortliche für finanzielle Resultate, die Finanzkennzahlen richtig interpretieren und geeignete Massnahmen bestimmen und umsetzen müssen

Konzept

Wie gehen Führungskräfte, die keine Experten des Finanzmanagements und des Controllings sind, mit den finanziellen Daten um? Wie kann das, was das Controlling liefert, in richtige Entscheidungen und wirkungsvolle Programme umgesetzt werden? Was muss besonders beachtet werden, damit die finanzielle Entwicklung auf Kurs bleibt?

Themen

Führen mit Kennzahlen

- Gekonntes Führen mit Kennzahlen, um ehrgeizige finanzielle Ziele besser zu erreichen

Modernes Controlling

- Controlling als Management-Prozess: Zielfindung, Planung und Steuerung
- Controlling – Methoden im Überblick
- Die Abbildung der digitalen Transformation im Controlling

Ziele definieren und verfolgen

- Ziele und Erfolgsermittlung
- Die operative Verankerung von strategischen Zielen

Planung und Budgetierung

- Planungs- und Budgetierungsmethoden im Überblick
- Szenario-basierte Planung
- Operative Planung: Grundlagen und zentrale Herausforderungen
- Optimierung: Was hat sich in der Praxis bewährt?

Forecasting

- Eigenschaften guter Forecasts
- Forecasts zur Steuerung in einem volatilen Umfeld
- Vom rollierenden Forecast zur rollierenden Planung

Sensitivitäten und Simulationen

- Aufbau und Eigenschaften von (Treiber)Modellen
- Richtige Anwendung von Sensitivitäts- und Szenario-Analysen

Risikomanagement

- Die Bedeutung von Risikomanagement für die Unternehmenssteuerung
- Risikomanagement und Controlling
- Die Integration von Risiken in die Planung

Digitale Transformation im Controlling

- Big Data: Daten als strategischer Erfolgsfaktor
- Nutzung neuer Technologien und Methoden in den Controlling-Prozessen

Dynamische Unternehmenssteuerung

- Unternehmenssteuerung im volatilen Umfeld
- Reaktion oder Früherkennung?
- Abweichungsanalysen und korrektive Massnahmen
- Die Transformation von traditionellem zu digitalisiertem Controlling
- Wie gelingt der Einstieg in die Transformation?

St. Galler Finanzlehrgang

Durchführungen

2025

Nr. 50425	4. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. Nov. 2025, St. Gallen
2. Teil	8. – 10. Dezember 2025, Frankfurt

2026

Nr. 50126	1. Durchführung 2026
1. Teil	9. – 12. Februar 2026, St. Gallen
2. Teil	27. – 29. April 2026, St. Gallen
Nr. 50226	2. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 26. März 2026, Köln
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Zürich
Nr. 50326	3. Durchführung 2026
1. Teil	6. – 9. Juli 2026, Brunnen
2. Teil	14. – 16. Sep. 2026, Frankfurt
Nr. 50426	4. Durchführung 2026
1. Teil	21. – 24. Sep. 2026, Stuttgart
2. Teil	14. – 16. Dezember 2026, Frankfurt

Dauer: 4 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 6900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/50

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte aus Linie und Stab
2. Betriebs-, Bereichs-, Abteilungs-, Produktions- und Gruppenleiter:innen sowie Firmeninhaber:innen ohne vertiefte, spezialisierte finanzwirtschaftliche Fachkenntnisse.
3. Naturwissenschaftler, Ingenieure, Techniker, Juristen, Psychologen.

Konzept

Führungsverantwortung tragen und Resultate erbringen setzt Kompetenz im Umgang mit allen Belangen des betrieblichen Rechnungswesens und der finanziellen Führung voraus.

Von Führungskräften und Fachspezialisten wird heute verlangt:

- Kompetenzen im Umgang mit finanziellen Kennzahlen zu haben,
- ihren Verantwortungsbereich ergebnisorientiert zu steuern,
- entscheidungsrelevante Führungsinformationen zu nutzen

Themen

Das Finanzwirtschaftskonzept im Überblick

- Das Paradigma des Gleichschritts von Umsatz/Volumen, Gewinn und Kosten
- Unternehmensziele quantifizieren

Financial Basics

- Der Jahresabschluss
- Bilanz und Erfolgsrechnung
- Break-Even-Analysen
- Kapitalflussrechnung, Cash Flow
- Return on capital investment (ROI/ROCE)

Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung

- Investitionsanträge richtig begründen
- Make-or-buy, Outsourcing versus Insourcing

Cash Management, Shareholder Value Management

- Wie bekommt man die Liquidität in den Griff?
- Das Shareholder-Value-Konzept

Controlling

- Controlling-Kennzahlen
- Controllingberichte verstehen: One-Page Summaries

Kosten-Management

- Konzept und Aufbau der modernen Kosten- und Leistungsrechnung: Kostenverrechnungsmethoden und Kostenrechnungssysteme, Kostenarten, -stellen, -träger
- Kalkulationssysteme, Stückkalkulation
- Deckungsbeitragsrechnung: Teil- versus Vollkostenrechnung
- flexible Preisuntergrenzen
- Target Costing
- Kostenplanung und -kontrolle
- Beispiele von Kostenrechnungssystemen

Financial Management in typischen Verantwortungsbereichen

- Cost- und Profit-Units: Budgetierung, Erfolgsrechnung und Kostensteuerung
- Projekt-, Produkt-, Service- und Marktverantwortungsrechnungen

Budgetieren und planen

- Budgettypen und Budgetaufbau: Schlank und rasch Budgetieren
- Der Budgetierungsprozess: Best Practices

E Für englischsprachige Führungskräfte gibt es dieses Programm auch **in Englisch**: www.sgbs.com/e50

Finanzielle Entscheidungen richtig treffen

Durchführungen

2025

Nr. act6655 5. Durchführung 2025

- 1. Teil 15. – 18. Dezember 2025, Stuttgart
- 2. Teil 2. – 3. Juli 2026, St.Gallen

2026

Nr. act6616 1. Durchführung 2026

- 1. Teil 23. – 26. Februar 2026, Davos
- 2. Teil 2. – 3. Juli 2026, St.Gallen

Nr. act6626 2. Durchführung 2026

- 1. Teil 4. – 7. Mai 2026, Luzern
- 2. Teil 2. – 3. Juli 2026, St.Gallen

Nr. act6636 3. Durchführung 2026

- 1. Teil 29. Jun. – 2. Jul. 2026, Rott.-Egern
- 2. Teil 9. – 10. November 2026, St.Gallen

Dauer: 4 + 2 Tage

Seminargebühr: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/act66

Zielgruppe (m/w)

Führungskräfte aus allen Executive-Bereichen, die Entscheidungen treffen müssen, um die finanzielle Ertragskraft und finanzielle Stabilität des Unternehmens sicher zu stellen.

Konzept

Wenn alles gut läuft, wenn keine gravierenden Veränderungen eine Kurskorrektur erfordern, dann reicht es aus Sicht des Managements weiter zu machen wie bisher. Für die finanzielle Führung bedeutet dies hohe Planbarkeit und treffsichere Budgetierung. Grössere finanzielle Entscheidungen, vor allem solche mit hohem Risiko, braucht es dann eher nicht. Dies ändert sich jedoch schlagartig, wenn grössere Veränderungen zu erwarten sind oder bereits eingetreten sind: Die Konjunktur droht zu kippen, Konkurrenz beginnt mit Preis- und Verdrängungswettbewerb, disruptive Technologien verändern das Geschäftsmodell, massive Verschiebungen bei Währung und Zinsen, notwendige Investitionen mit Zunahme der Kapitalintensität und andere mehr. Nun reicht es nicht mehr, weiter zu machen wie bisher. Um die ehrgeizigen finanziellen Ziele erreichen zu können, muss interveniert werden. Aber wo und wie? Welche finanziellen Entscheidungen stehen nun an, um eine gesunde Ertragslage des Unternehmens auch in schwierigen Zeiten sicherzustellen? Und: Wie treffen Executives solche Entscheidungen, wie sollten sie diese treffen?

Themen

Gesamtzusammenhänge der finanziellen Stabilität

- Das System der finanziellen Unternehmensführung
- Finanzielle Ergebnisse planen und erreichen

Instrumente zur finanziellen Steuerung

- Steuerung von Cash Flow und Erfolg
- Ebit, Ebitda und Umsatzrendite
- Rentabilität des Eigenkapitals
- Sicherung der Liquidität
- Steigerung des Unternehmenswerts

Entscheidung für finanzielle Optimierungsprogramme

- Kostensenkungs-Programm
- Kapitaleinsatz-Reduktions-Programm
- Kosten-Variabilisierungs-Programm
- Projekt zur Reduktion des Break-Even-Programms
- Gewinnsteigerungs-Programm
- Programm zum Abbau von Verlustgeschäften
- Fokussierung auf ertragsreiche Geschäfte
- Programm zur Steigerung von Ebit
- Liquiditätssteigerungs-Programm
- Impulsprogramm Rentabilitätssteigerung

- Projekt Unternehmenswertsteigerung

Ergebnisse steuern

- Auswirkungen der Entscheidungen im finanziellen Bereich monitoren
- Führen mit Kennzahlen
- Bilanzen, Jahresrechnungen, Kennzahlen: Gekonnt auswerten, richtig interpretieren

Controlling

- Abweichungen erkennen und Gegenmassnahmen einleiten, um Planung, Budget und finanzielle Resultate per Ende Jahr zu erreichen

Aufbau

Das Programm besteht aus einem 4-tägigen Seminar 'Finanzmanagement für Ergebnisverantwortliche' und aus einem 5 Tage dauernden Management Game, in welchem Sie die Aufgaben und Rolle eines Finanzverantwortlichen einnehmen. Dank der interaktiven Lernmethode entsteht ein hoher Lerneffekt für die Praxis.

Ebit und Cash Flow Management

Durchführungen

2025

Nr. AV5765	6. Durchführung 2025
1. Teil	15.–18. Dezember 2025, Stuttgart
2. Teil	27.–29. April 2026, St.Gallen
3. Teil	2.–3. Juli 2026, St.Gallen

2026

Nr. AV5716	1. Durchführung 2026
1. Teil	23.–26. Februar 2026, Davos
2. Teil	27.–29. April 2026, St.Gallen
3. Teil	2.–3. Juli 2026, St.Gallen

Nr. AV5726	2. Durchführung 2026
1. Teil	4.–7. Mai 2026, Luzern
2. Teil	29. Juni–1. Juli 2026, Zürich
3. Teil	2.–3. Juli 2026, St.Gallen

Nr. AV5736	3. Durchführung 2026
1. Teil	29. Jun.–2. Jul. 2026, Rott.-Egern
2. Teil	14.–16. Sep. 2026, Frankfurt
3. Teil	9.–10. November 2026, St.Gallen

Nr. AV5746	4. Durchführung 2026
1. Teil	21.–24. Sep. 2026, Rottach-Egern
2. Teil	14.–16. Dezember 2026, Frankfurt
3. Teil	8.–9. März 2027, St.Gallen

Dauer: 4 + 3 + 2 Tage

Seminargebühr: CHF 9900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av57

Zielgruppe (w/m)

1. Executives mit umfassender Verantwortung für finanzielle Ziele
2. Führungskräfte mit Verantwortung für Unternehmen, Geschäftsbereiche, Business Units, Tochtergesellschaften, Profit Centers und grosse Projekte.
3. Führungskräfte, die finanzielle Erfolge planen und realisieren wollen

Konzept

Executives und Führungskräfte sind für die finanziellen Ziele und Resultate verantwortlich. Die Kollegen aus der Finanzabteilung und dem Controlling unterstützen zwar, bieten Kennzahlen, Reports, zeigen Abweichungen und machen Vorschläge. Die Verantwortung für finanzielle Resultate aber liegt bei den Ebit- und Ergebnis-Verantwortlichen: Geschäftsführer, Geschäftsbereichsleiter, Business-Unit- oder Profit-Center-Leiter und kann nicht delegiert werden. Ob Umsatzrendite, Kapitalrendite, Cashflow, Unternehmenswert oder Ergebnisbeitrag auf Deckungsbeitragsebene: Die finanzielle Steuerung ist «Chefsache».

Themen

Finanzielle Verantwortung

- Die finanzielle Führungsaufgabe im Überblick
- Wachstum, Rentabilität und Liquidität als Resultate einer ganzheitlichen finanziellen Steuerung

Die finanzielle Ausgangslage bewerten

Die Teilnehmenden lernen, die richtigen Unterlagen einzufordern, diese zu analysieren und zu interpretieren. Ziel: Sich rasch einen Überblick über die finanzielle Situation zu verschaffen.

Finanzielle Ziele setzen

Wer Ziele vorgibt, hat eine andere Logik als jener, der die Ziele erreichen muss. Für beide jedoch gilt: «Wer keine Gewinne plant, wird auch keine realisieren.» Welche Ziele sind daher wie zu bestimmen oder zu vereinbaren?

Gewinn- und Verlustpotenziale identifizieren

- Wie können die besonders rentablen Geschäfte besonders forciert werden?
- Geeignete Programme zur Verbesserung von Ebit, Profitabilität, Rentabilität und anderen finanziellen Kennzahlen konzipieren und umsetzen

Finanzmanagement und finanzrelevante Entscheidungen treffen

Führungskräfte entscheiden über Strategien, neue Konzepte und Investitionen

oder schlagen diese zur Entscheidung vor. Sie beeinflussen damit die Kapitalintensität, den Verschuldungsgrad, langfristig zementierte Fixkosten, Veränderung von Wertschöpfungstiefe und vieles mehr.

Bilanzen und Erfolgsrechnung auswerten

- Positive und negative Entwicklungen erkennen
- Bilanzen lesen
- Kapitalstruktur und Finanzkosten optimieren

Mit Controlling-Instrumenten steuern

Welche Controlling-Instrumente signalisieren uns Risiken und Abweichungen zum frühestmöglichen Zeitpunkt, um dann noch rechtzeitig steuernd eingreifen zu können?

Cash Flow Management

- Die Bedeutung des Cash Flow für den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens
- Cash Flow Management: Wie vorgehen?

Das erlernte Wissen anwenden

Der letzte Programmteil ist ein 2-Tages-Workshop in St. Gallen, für Vertiefung und teilnehmerspezifische Fragen.

Mergers & Acquisitions

Durchführungen

2025

Nr. 59325 **3. Durchführung 2025**
12. – 13. November 2025
Zürich

2026

Nr. 59126 **1. Durchführung 2026**
4. – 6. Mai 2026
Zürich

Nr. 59226 **2. Durchführung 2026**
14. – 16. September 2026
Zürich

Nr. 59326 **3. Durchführung 2026**
23. – 25. November 2026
Köln

Dauer: 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/59

Zielgruppe (w/m)

Top Management, Unternehmer, Executives, die Unternehmen oder Unternehmensteile kaufen oder verkaufen. Oberste Entscheidungsträger, die externes Wachstum realisieren wollen.

Konzept

Die Teilnehmenden an diesem hochkarätigen Management Seminar erwartet folgender Nutzen:

- Sie verstehen die Gesamtsystematik von M&A, die strategische Konzeptionierung und die einzelnen Bewertungsmodelle
- Sie kennen den typischen Ablauf einer M&A-Transaktion und können diesen planen und gestalten
- Sie verstehen die Besonderheiten internationaler Unternehmenskäufe
- Sie erfahren mehr über die wesentlichen rechtlichen Grundlagen von M&A-Transaktionen
- Sie sehen, wie unterschiedlich die Post Merger Integration in der Praxis verläuft

Themen

M&A-Grundlagen

- Warum M&A-Transaktionen in der Praxis gelingen, warum sie scheitern
- Stakeholder-Bedenken im Verlauf einer Transaktion
- Die Wertschöpfung von Beteiligungsgesellschaften

Externes Wachstum dank Zukäufe

- Externes Wachstum als Teil der Unternehmensstrategie
- Von der Portfolioanalyse zur M&A-Roadmap, Targets
- Kriterien zur Auswahl von Akquisitionsziele, Synergiepotenziale

Projektmanagement im M&A-Prozess

- Ablauf einer M&A-Transaktion
- Auktion oder ausverhandelter Deal?
- Die einzelnen Schritte der Transaktions-Durchführung

Prozess-Elemente des Ver-/Käufers

- Verkaufsentscheidung, Mandatierung, Investorenliste, Vertraulichkeit, Teaser, Information Memorandum, Procedure Letter, Bewertung, Preisuntergrenze, Datenraum, Firmenbesichtigungen, Vertrag und interne Kommunikation

- Due Diligence: Prüfung des Unternehmens in rechtlicher, steuerlicher, wirtschaftlicher und technologischer Hinsicht, Risikoermittlung & Optimieren der Transaktion
- Beweissicherungsfunktion, Vendor Due Diligence, Vertraulichkeitsverpflichtung

Bewertung und Optionen der Transaktion

- Trading Multiples, DCFM, Break-up u.a.
- Asset Deal: Kauf der Vermögensgegenstände vs. Share Deal: Kauf des Unternehmensträgers

Finanzierungsmodelle

- Analyse der Kapitalstruktur und des Kapitalbedarfs für den Zukauf
- Eigenkapital oder Fremdkapital, Leverage
- Innenfinanzierung oder Aussenfinanzierung

Warum Post Merger Integration?

- Kulturprobleme, Reputations-Risiken, Abgang von Schlüsselmitarbeitenden, hohe IT-Kosten wegen unterschiedlicher IT-Systeme, Stress, Uneinigkeit und Verunsicherung sind häufige Folgeerscheinungen
- Was tun, wie vorgehen?

Strategisches Mergers & Acquisitions

Wo extern wachsen durch Zukauf, wo gekonnt desinvestieren? Wie vorgehen?

Durchführungen

2026

Nr. AV7616 **1. Durchführung 2026**

- 1. Teil 2.–5. Februar 2026, München
- 2. Teil 4.–6. Mai 2026, Zürich

Nr. AV7626 **2. Durchführung 2026**

- 1. Teil 16.–19. März 2026, Luzern
- 2. Teil 4.–6. Mai 2026, Zürich

Nr. AV7636 **3. Durchführung 2026**

- 1. Teil 22.–25. Juni 2026, Lenzerheide
- 2. Teil 14.–16. September 2026, Zürich

Nr. AV7646 **4. Durchführung 2026**

- 1. Teil 21.–24. September 2026, Stuttgart
- 2. Teil 23.–25. November 2026, Köln

Dauer: 4+3 Tage

Seminargebühr*: CHF 9500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av76

Hinweis: Teilnehmende, die nur am Thema «Mergers & Acquisitions» interessiert sind, haben die Möglichkeit, unter www.sgbs.ch/59 nur diese beiden Tage zu buchen.

Zielgruppe (w/m)

1. Verantwortliche für Strategisches Wachstum und Strategische Schwerpunktbildung
2. Oberste Führungskräfte, die Entscheidungen zum Geschäftsportfolio treffen
3. Executives aus Branchen, in denen Mergers & Acquisitions zur laufenden Aufgabe gehören
4. Führungskräfte mit wichtigen Aufgaben beim Zukauf, bei der Fusion oder beim Verkauf von Unternehmen oder Unternehmens-Teilen

Konzept

Dieses Programm kombiniert die Entscheidungen der Geschäftsleitung zum Thema «Kerngeschäft verteidigen, Neugeschäft ausbauen, unrentables Geschäft abbauen» mit den Aufgaben, die sich daraus für das Mergers & Acquisitions ergeben:

- Wachsen durch Zukauf
- Einstieg in neue Geschäfte und Märkte durch Zukauf
- Desinvestition aus dauerhaft unrentablen Geschäften

Themen

Wer Mergers- und Acquisitions als Teil der Unternehmensstrategie nutzen will, benötigt ein profundes Wissen und ein ausgeklügeltes Vorgehen.

- Zuerst geht es darum, die eigene Strategie für das Unternehmen, die Geschäftsfelder, Business Units, Aufbaugeschäfte, Funktionen und Stäbe zu bestimmen. (Teil 1).
- Daraus lassen sich dann die Fragen der Strategischen Portfolio-Bereinigung klären: Was soll unser Kerngeschäft sein? Wo verdienen wir unser Geld heute, wo morgen? Welche Geschäfte, auch wenn sie Verluste schreiben, sind wir gewillt weiter auszubauen, da sie für unsere Zukunft von grosser Bedeutung sind? Von welchen Geschäften und Projekten wollen wir uns zurückziehen, mit welcher Begründung und Faktenlage?
- Daraus wiederum entstehen die Aufgaben für gezielte Mergers & Acquisitions-Aktivitäten: Wo zukaufen? Wo fusionieren? Wo Partnerkonzepte realisieren? Wo desinvestieren und gekonnt verkaufen?

— Desinvestition wegen Fokussierung und Ressourcen-Konzentration.

Um diese Strategien realisieren zu können, braucht es eine klare Strategische Weichenstellung und ein gekonntes Mergers & Acquisitions.

Aufbau

Teil 1: Strategisches Management:

Kerngeschäft optimieren, Neugeschäft aufbauen, Wettbewerbsvorteile, Kernkompetenzen und rentable Marktpositionen ausbauen. 4 Tage aktuelles Wissen zum Strategischen Management

Teil 2: Mergers & Acquisitions:

Geschäfts-Portfolio aus finanzieller Betrachtung: Wo investieren, wo desinvestieren? Was soll Kerngeschäft sein, welche Geschäfte geben wir auf? Externes Wachstum und gekonntes Desinvestieren. Der Strategische Fokus auf Gewinn- und Wertsteigerung.

Vorgehen, Erfolgsfaktoren, Bewertung, Due Dilligence, Finanzierungsmodelle, Post Merger Integration

Unternehmen kaufen und verkaufen

Extern wachsen. Zukaufen. Desinvestieren.

Durchführungen

2025

Nr. KMU8335	3. Durchführung 2025
1. Teil	10. – 13. November 2025, Zürich
2. Teil	15. – 17. Dez. 2025, St. Gallen

2026

Nr. KMU8316	1. Durchführung 2026
1. Teil	4. – 6. Mai 2026, Zürich
2. Teil	29. Juni – 1. Juli 2026, Rottach-Egern

Nr. KMU8326	2. Durchführung 2026
1. Teil	14. – 16. September 2026, Zürich
2. Teil	23. – 25. Nov. 2026, Stuttgart

Nr. KMU8336	3. Durchführung 2026
1. Teil	23. – 25. November 2026, Köln
2. Teil	22. – 24. Februar 2027, Zürich

Dauer: 3 + 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/kmu83

Zielgruppe (w/m)

Unternehmer, Top Manager und Entscheidungsträger, die massgeblich in den Kauf oder Verkauf von Unternehmen involviert sind oder involviert sein könnten. Führungskräfte, die im Rahmen ihrer Portfolio Überlegungen zukaufen und allenfalls auch desinvestieren wollen.

Aufbau

Teil 1 zeigt Wissen, das Unternehmer, Top Manager und Führungskräfte benötigen, um erfolgreich kaufen, fusionieren oder verkaufen zu können.
3 Tage Mergers & Acquisitions

Teil 2 zeigt, wie das Unternehmen im Rahmen der Geschäftsentwicklung dank neuen Geschäftsmodellen nachhaltig auf eine erfolgreiche Zukunft ausgerichtet wird – eine wichtige Voraussetzung für einen guten Verkaufspreis, soziale Verantwortung und eine Wertsteigerung nach dem Kauf.
3 Tage Business Development

Konzept

Die meisten Unternehmer:innen und Top Manager:innen, die Firmen kaufen oder verkaufen, tun dies nicht permanent und sind somit keine Spezialisten des M&A. An diese richtet sich dieses Seminar. In verdichteter Form soll das Thema «Unternehmen kaufen und verkaufen» so behandelt werden, dass die Teilnehmenden ihre eigenen Überlegungen an den heute vorhandenen Erkenntnissen und Best Practices spiegeln können. Was sind die Motive, um Firmen zu kaufen oder zu verkaufen? Wie erfolgt die Wertberechnung? Welche Voraussetzungen sind zu schaffen, um einen guten Preis zu bekommen oder einen vernünftigen zu bezahlen? Welche Optionen der Finanzierung sind zu prüfen? Worin liegen die Risiken und wie können sie verringert werden? Welche Schritte sind zu durchlaufen und wer steuert den Prozess? Welche Erfolgsfaktoren gilt es zu berücksichtigen? Welche Arbeit kann an Externe delegiert werden, welche aber nicht? Als Spezialthemen behandeln wir auch die einer Kauf- oder Verkaufsentscheidung zugrunde liegenden Management-Überlegungen: Wollen wir durch Zukauf wachsen, uns internationalisieren, Kompetenzen dazukaufen, dank Grösse Kosten senken? Wollen wir uns auf unser Kerngeschäft fokussieren und andere Geschäfte abtossen?

Themen

Was Entscheidungsträger bei Kauf oder Verkauf von Unternehmen oder Teilbereichen beachten müssen.

- Strategische Grundsatzüberlegungen als Basis für Mergers & Acquisitions
- Gute Gründe, ein Unternehmen zu kaufen oder zu verkaufen
- Motive von Käufer oder Verkäufer verstehen
- Die faire Bewertung: Nicht mehr als ein Wertindikator
- Gut verkaufen: Voraussetzungen schaffen, die Nachfrage schüren
- Gut einkaufen: Nicht überzahlen und die erwarteten Synergien wirklich nutzen
- Die einzelnen Prozess-Schritte
- Soziale Aspekte berücksichtigen, berechnete Interessen sicherstellen
- Finanzierung
- Kauf von Marktanteilen: Abschmelzung klein halten
- Kauf von Know-how: Know-how-Träger mit einbeziehen
- Kulturprobleme: Gekonnte Integration

Die finanzielle Ergebnisverantwortung der Führungskraft

Ergebnisverbesserung und Profitabilitäts-Steigerung.

Durchführungen

2025

Nr. AV5655 5. Durchführung 2025

1. Teil 10.–13. November 2025, St.Gallen
2. Teil Anwendung, Selbststudium
3. Teil 2.–3. Juli 2026, St.Gallen

2026

Nr. AV5616 1. Durchführung 2026

1. Teil 9.–12. Februar 2026, St.Gallen
2. Teil Anwendung, Selbststudium
3. Teil 2.–3. Juli 2026, St.Gallen

Nr. AV5626 2. Durchführung 2026

1. Teil 23.–26. März 2026, Köln
2. Teil Anwendung, Selbststudium
3. Teil 2.–3. Juli 2026, St.Gallen

Nr. AV5636 3. Durchführung 2026

1. Teil 6.–9. Juli 2026, Brunnen
2. Teil Anwendung, Selbststudium
3. Teil 9.–10. November 2026, St.Gallen

Nr. AV5646 4. Durchführung 2026

1. Teil 21.–24. Sep. 2026, Stuttgart
2. Teil Anwendung, Selbststudium
3. Teil 9.–10. November 2026, St.Gallen

Dauer: 4+1+2 Tage

Seminargebühr: CHF 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Details, spätere Durchführungstermine und Anmeldung via Internet: www.sgbs.ch/av56

Zielgruppe (m/w)

Teilnehmende sind Führungskräfte, die für Ebit-Ziele und Profitabilität verantwortlich sind und gemeinsam mit ihren Mitarbeitenden die Profitabilität des Unternehmens sichern oder steigern wollen.

Seminarziele

Wie wird aus einem normal rentierenden Unternehmen eine Ertragsperle? Wie können die schlummernden Gewinnsteigerungs-Potenziale im Unternehmen erkannt und gehoben werden? Was kann die Geschäftsleitung alleine bewerkstelligen, um Ebit-Ziele zu erreichen, wo aber muss die Mitarbeiterschaft mit einbezogen werden? Wie entsteht eine positive, ganzheitlich ausgerichtete Gewinnkultur?

Aufbau

Teil 1: Finanzielle Führung für Führungskräfte. 4 Tage.

Teil 2: Umsetzung der Impulse aus dem Seminar. 1 Tag zurück am Arbeitsplatz.

Teil 3: Vertiefung. 3 Tage in St. Gallen.

Konzept

Nur wer heute gutes Geld verdient, kann ausreichend in die Zukunft investieren. Hohe Gewinnziele auch tatsächlich zu erreichen ist somit ein wichtiges Ziel nicht nur für das Unternehmen, sondern auch für all seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Nur wer überdurchschnittlich rentiert, kann auch überdurchschnittlich in den Aufbau neuer Kernkompetenzen, neuer Geschäfte und neuer Marktpositionen investieren, attraktive Arbeitsbedingungen und Entwicklungsperspektiven für Mitarbeitende und neuen Nutzen für Kunden bieten. Um rentabler als die Konkurrenz zu arbeiten und gleichzeitig hohen Kundennutzen und hohe Arbeitszufriedenheit zu erreichen, benötigt ein Unternehmen einen hohen Reife- und Kenntnisstand in Sachen «Gewinnmanagement». Viele Leistungsträger:innen müssen dabei integriert werden, um das gemeinsame Ziel, ein hoch rentables Unternehmen zu bleiben oder zu werden, tatsächlich auch erreichen zu können. Sie als Entscheidungsträger sind dafür zuständig, die Sehnsucht nach Erfolg in das ganze Unternehmen hineinzutragen. Die Programme dazu stellen wir an diesem Seminar vor.

Themen

Sie lernen, ihr Unternehmen zu einer Ertragsperle zu entwickeln:

- Strategische und operative Gewinnposition
- Das Gewinnpotenzial eines Geschäfts erkennen
- Gewinn-Typologie: Welcher Gewinntyp ist das eigene Unternehmen?
- Ebit-Treiber und Gewinn-Hebel, Ehrgeizige Ebit-Ziele definieren
- Das Analysetool: Die Gewinnanalyse
- Gewinnchancen und Verlustrisiken im heutigen Geschäftsmodell
- Der Masterplan: Gewinnsteigerungsprogramm planen und realisieren
- Gewinnsteigerungspotenziale erkennen, erschliessen, kommunizieren
- Verlustquellen erkennen und abbauen
- Umsatzsteigerung, Margensteigerung
- Kostensenkung und Kostenvariabilisierung
- Optimale Kapitaleinsatz-Strategien
- Individuelles Ebit-Verbesserungsprogramm unter Einbezug zahlreicher Leistungsträger



St. Gallen Business School

- Berufsbegleitende
Management Weiterbildung
- Mit einem St. Galler Abschluss
der SGBS
- Fokussiert auf Kompetenzen,
die Sie für die berufliche
Zukunft benötigen
- Mit Option auf Anerkennung
für einen Executive MBA

Das St. Galler Praxisstudium

Weiterbildung für berufstätige Führungskräfte

Die Studiengänge der St. Gallen



ab Seite 135

St. Galler Diplomzertifikatsprogramme

Management Weiterbildung mit Tiefgang. Für Führungskräfte und Leistungsträger:innen, die in kurzer Zeit viel Wissen und Können in einem Themenbereich aufbauen wollen. 4 – 6 Monate.

Es gibt Situationen, da müssen Sie in kurzer Zeit Ihr Wissen und Ihre Kompetenz in einem ganz bestimmten Themenbereich erheblich vertiefen und dies auch dokumentieren:

- um eine neue Stelle einnehmen zu können
- um einer Herausforderung gewachsen zu sein
- um als Nachfolger:in in die engere Auswahl zu kommen
- um gesteigerte Verantwortung wahrnehmen zu können

Die St. Galler Diplomzertifikats-Programme geben Ihnen in 4 – 6 Monaten Wissen mit Tiefgang, dazu das Können in der Anwendung und ein Zertifikat, das diesen Tiefgang belegt.

sgbs.ch/dp

Certified Experts St. Gallen

Das St. Galler Praxisstudium für Führungskräfte. Genau das lernen, was wirklich nützt. Individueller Studienplan. 6 – 12 Monate berufsbegleitend, mit 20 – 25 Präsenztagen.

Viele Führungskräfte und Leistungsträger:innen aus renommierten Unternehmen suchen eine Management Weiterbildung, die wirklich nützt: Fokussiert auf ihre berufliche Herausforderung, koordiniert mit den Wünschen und Notwendigkeiten des Unternehmens, in dem sie tätig sind. Somit ein Schliessen von Fähigkeitslücken; ein Aufbau neuer Kompetenzen auch zum Wohle des Arbeitgebers; die Dokumentation von Wissen, das in ihrer Praxis direkt umsetzbar ist. Das St. Galler Praxisstudium zum SGBS Certified Expert St. Gallen bietet genau diesen Nutzen. Mit einem **Abschluss als «SGBS Certified Expert St. Gallen»** dokumentieren Sie, dass Sie sich entweder im General Management oder einer Spezialdisziplin bei einer der renommiertesten Business Schools weitergebildet und weiterentwickelt haben.



ab Seite 138

sgbs.ch/experts

Business School

Vorbereitung auf Management Positionen

Management ist ein Beruf mit hoher Verantwortung. Er sollte erlernt werden. Die St. Galler Schools bereiten auf anspruchsvolle Management-Positionen vor. 9 bis 24 Monate.

Mit den «St. Galler Management Schools» bieten wir die Möglichkeit, diese und weitere berufsbegleitenden Studiengänge zu absolvieren:

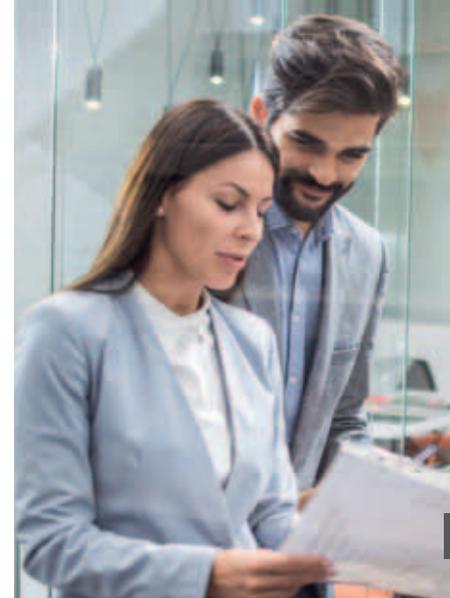
- St. Galler CEO-School
- St. Galler Geschäftsführer:in-School
- St. Galler General Manager:in School
- St. Galler Bereichsleiter:in-School
- St. Galler Abteilungsleiter:in-School
- St. Galler Teamleiter:in-School

Ihr Abschlusszertifikat: «**Absolvent:in der St. Galler Managementschool**»

sgbs.ch/schools



ab Seite 140



Weiterbildungs-Suche
in 30 Sekunden das Passende finden



ab Seite 144

Executive MBA für Führungskräfte

Das Executive MBA Studium für Führungskräfte: Berufsbegleitend in 3, Vollzeit in 2 Semestern zum Executive Master in General Management.

Der Executive MBA in General Management. Berufsbegleitend, in deutsch. Dieser Studiengang vertieft Ihre Managementkompetenz und bringt Ihnen einen doppelten Abschluss:

- **SGBS Certified Executive Management Expert** der St. Gallen Business School.
- **Executive Master of Business Administration** in General Management der SRH Berlin University of Applied Sciences.

Die Kooperation zwischen SGBS St. Gallen Business School und SRH Berlin University of Applied Sciences bringt Sie in Ihrer Karriere doppelt weiter: Sie erwerben einen anerkannten Titel und Sie dokumentieren, dass Sie modernes Management Wissen in der Praxis anwenden können.

sgbs.ch/emba

Was unsere Absolventinnen und Absolventen sagen



Sabrina Kaiser
Unternehmerin

Conradi + Kaiser GmbH

Absolventin der St. Galler Gesellschafterin School

„Die St. Gallen Business School hat mich in einer besonders prägenden Phase meines Lebens begleitet: Nach der Übernahme unseres Familienunternehmens in dritter Generation, noch vor meinem 30. Lebensjahr, ohne geordnete Übergabe und ohne Anleitung, stand ich vor einer enormen Herausforderung. Mut und Bauchgefühl allein reichen in solchen Situationen nicht aus. Man braucht Struktur, Reflexion und Austausch auf Augenhöhe.

Genau das hat mir die SGBS unter der Leitung von Herrn Dr. Pipp ermöglicht. Die Kombination aus hochkarätigen Seminaren, persönlichem Sparring und dem Dialog mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern war für mich ein entscheidender Faktor, um in meine Rolle hineinzuwachsen. Die Programme vermitteln nicht nur fundiertes Fach- und Strategiewissen, sondern schaffen auch einen Raum, um das eigene Handeln kritisch zu hinterfragen, Selbstbewusstsein zu entwickeln und neue Perspektiven einzunehmen.

Einfach gesagt ist die SGBS für mich ein hochwertiges Programm zur Weiterbildung für Executives, mit dem ebenso wertvollen wie seltenen Nebeneffekt eines vertraulichen Unternehmerforums: ein Raum für Reflexion, Austausch und in meinem Fall die ermutigende Erkenntnis, dass mein intuitives Handeln oft schon in die richtige Richtung ging. Dieser Austausch hat mir nicht nur Orientierung gegeben, sondern vor allem das Vertrauen in meine eigenen Entscheidungen gestärkt.

Heute kann ich sagen: Die SGBS hat einen nachhaltigen Beitrag zu meiner Entwicklung geleistet. Die strategische Denkweise, die ich dort gelernt habe, bildet unter anderem die Grundlage meines unternehmerischen Handelns. Dafür bin ich sehr dankbar.“



Ismail Demir
Verkaufsleiter Putz & Fassade, D-Nord

Knauf Gips KG

Absolvent des SGBS Certified Executive Management Experts

„Meine Motivation basierte darauf, mein theoretisches Wissen in einem praxisnahen Umfeld anzuwenden. Insbesondere suchte ich nach einem Programm, das eine direkte Verbindung zwischen akademischem Input und realen Herausforderungen in der Wirtschaft herstellt. Zudem war es mir wichtig, von erfahrenen Experten zu lernen und wertvolle Kontakte für meinen beruflichen Werdegang zu knüpfen.

Besonders beeindruckt hat mich der hohe Praxisbezug des Studiums. Die Kombination aus fundierten theoretischen Grundlagen und praktischen Übungen ermöglichte es mir, direkt an realen Projekten zu arbeiten. Auch die Expertise der Dozierenden, die gezielt auf individuelle Fragestellungen einging, sowie die Möglichkeit, ein wertvolles Netzwerk zu knüpfen, haben den Kurs zu einem herausragenden Erlebnis gemacht.

Ich kann das Programm uneingeschränkt empfehlen. Es bietet eine ausgezeichnete Mischung aus Theorie und Praxis und fördert durch interaktive Formate nicht nur fachliche Kompetenz, sondern auch den Aufbau eines wertvollen beruflichen Netzwerks. Für alle, die ihre beruflichen Fähigkeiten erweitern und praxisnahe Einblicke gewinnen möchten, stellt das St.Galler Praxisstudium eine lohnenswerte Investition in die Zukunft dar.

Inzwischen habe ich auch das Upgrade zum Executive MBA in General Management gebucht und stehe kurz vor der Graduation. Dabei wurde mir der Certified Expert der St.Gallen Business School als erstes Studiensemester angerechnet. Dies gibt die Möglichkeit, diesen akademischen Abschluss berufsbegleitend zu machen.“

Weiterbildung mit Zertifikationsabschluss der SGBS

St. Galler Diplomzertifikats Programme

St. Galler Strategie-Diplomzertifikats-Programm

St. Galler General Management Diplomzertifikats-Programm

St. Galler Executive Leadership Diplomzertifikats-Programm

St. Galler Diplomzertifikats-Programm in Führungskompetenz

St. Galler Marketing- & Sales Diplomzertifikats-Programm

St. Galler Finanz-Diplomzertifikats-Programm

SGBS Certified Experts

SGBS Certified Management Expert St.Gallen®

SGBS Certified Executive Management Expert St.Gallen

SGBS Certified International Senior Management Exp.

SGBS Certified Strategy Expert St.Gallen

SGBS Certified KMU Expert St.Gallen

SGBS Certified Junior Management Expert St.Gallen

SGBS Certified Change Expert St.Gallen

SGBS Certified Marketing Expert St.Gallen

SGBS Certified Sales Expert St.Gallen®

SGBS Certified Finance Expert St.Gallen®

SGBS Certified Leadership Expert St.Gallen®

SGBS Certified Communication Expert

Management Certificate Programme

St. Gallen Strategy Certificate

St. Gallen General Management Certificate

St. Gallen Marketing Certificate

St. Gallen Sales Certificate

St. Gallen Führungs Certificate

St. Galler Leadership Certificate

St. Gallen Finanz Certificate

St. Gallen Business Development Certificate

St. Gallen Startup Certificate

St. Gallen Digital Certificate

St. Gallen BWL Certificate

St. Gallen Operational Excellence Certificate

Vorbereitung auf Managementpositionen

St. Galler CEO-School

St. Galler GL/Vorstands-School

St. Galler Geschäftsführer:in-School

Interne Führungskräfte-Entwicklung

St. Galler Top Executive School

St. Galler Executive Leadership School

St. Galler Risiko Management School

St. Galler General Manager:in-School

St. Galler Bereichsleiter:in-School

St. Galler Projektmanager:in-School

St. Galler Abteilungsleiter:in-School

St. Galler Teamleiter:in-School

St. Galler Assistenz-School

St. Galler Produktmanager:in-School

St. Galler Gesellschafter- & Aktionärs-School

St. Galler Aufsichts- & Verwaltungsrats-Programm

siehe: sgbs.ch/praxisstudium



Diplommertifikats-Programme

Wissen und Können mit Tiefgang
Intensiv-Weiterbildung

St. Galler Diplommertifikations-Programme

Viel Wissen mit Tiefgang

Es gibt Situationen, da müssen Sie in kurzer Zeit Ihr Wissen und Ihre Kompetenz in einem ganz bestimmten Themenbereich erheblich vertiefen und dies auch dokumentieren:

- > um eine neue Stelle einnehmen zu können
- > um einer Herausforderung gewachsen zu sein
- > um als Nachfolger:in in die engere Auswahl zu kommen
- > um gesteigerte Verantwortung wahrnehmen zu können

Die St. Galler Diplommertifikats-Programme geben Ihnen berufsbegleitend in wenigen Monaten Wissen mit Tiefgang, dazu das Können in der Anwendung und ein Zertifikat, das diesen Tiefgang belegt.

Ein ganz bestimmtes Thema

Im Fokus steht dabei immer ein ganz bestimmtes Thema: Ein Crashkurs z. B. in Finanzen oder Strategie oder Marketing oder Leadership. Mit Dokumentation von Wissen und der Fähigkeit, dieses auch sinnvoll einzusetzen.

Dank der Diplommertifikats-Programme der St. Gallen Business School bauen Sie in kurzer Zeit Kompetenzen auf, die Sie lieber heute als morgen benötigen, um eine Karriere-Chance nutzen zu können, um eine wichtige Aufgabe erfolgreich zu bewältigen, um als Nachfolger:in in die engere Wahl zu kommen.

Studienbeginn: jederzeit möglich, um keine Zeit zu verlieren.

Übersicht: sgbs.ch/dp

Strategie Diplommertifikats-Programm



Für Tiefgang im
Strategischen Management

Umfassendes Strategie-Knowhow

Die Zukunft sichern. Das Kerngeschäft ausbauen. Neue Geschäftsmodelle aufbauen. Neue Märkte schaffen.

Zielgruppe:

- > Führungskräfte, die sich zu Experten im Bereich des Strategischen Managements entwickeln wollen
- > Leitende aus Bereichen, Geschäftsfeldern, Business Units

Themen:

- > Strategisches Management
- > Business Development, Innovation
- > Hochleistungsorganisation
- > Change Management
- > Anwendung und Best Practices

Nutzen:

Sie lernen, das aktuelle Wissen zum Strategischen Management gekonnt einzusetzen und ein Strategie-Projekt zu planen und umzusetzen.

Daten:

Beginn: 4 Startertermine pro Jahr
Seminare: 19 Tage in 5 Teilen, auf Wunsch teilweise Online-Live
Abschluss: St. Galler Strategie Diplommertifikat
Gebühr: CHF 17'900.- zzgl. Mwst; Euro zum Tageskurs

Anmelden: sgbs.ch/dp10

General Management Diplommertifikats-Programm



St. Galler Management Wissen
in der Praxisanwendung

Ganzheitliches Management

Das St. Galler Management Konzept. Unternehmensführung und Führung von Divisions, Business Units, Bereichen und Funktionen.

Zielgruppe:

- > Führungskräfte mit Verantwortung für ein Ganzes: Unternehmung, Tochter, Land, Produktlinie, Marke, Kundensegment oder Projekt
- > Spezialist:innen auf dem Weg zu einer Funktion im General Management

Themen:

- > General Management
- > Executive Leadership
- > Strategie & Business Development
- > St. Gallen Tools, Anwendung
- > Praxisworkshop

Nutzen:

Es gibt Situationen, da müssen Sie in kurzer Zeit Ihr Wissen und Ihre Kompetenz in einem ganz bestimmten Themenbereich erheblich vertiefen und dies auch dokumentieren.

Daten:

Beginn: 4 Startertermine pro Jahr
Seminare: 19 Tage in 5 Präsenzmodulen, auf Wunsch auch Online-Live
Abschluss: St. Galler General Management Diplommertifikat
Gebühr: CHF 17'900.- zzgl. Mwst; Euro zum Tageskurs

Anmelden: sgbs.ch/dp11

Executive Leadership Diplomzertifikats-Programm

Executive Leadership und die neue Führung
Wie soll im Unternehmen geführt werden? Ideen und Impulse für die Bewältigung anspruchsvoller Führungsaufgaben.
Zielgruppe: <ul style="list-style-type: none"> › Erfolgreiche Führungskräfte mit bedeutenden Führungsaufgaben › Ergebnisverantwortliche, die selbst Führungskräfte führen › Praktiker mit Führungserfahrung
Themen: <ul style="list-style-type: none"> › Executive Leadership › Persönlichkeit und Auftreten › Werte und Unternehmenskultur › Kommunikation und Redekunst
Nutzen: Executive Leadership hilft, Management Teams oder eine ganze Unternehmung richtig zu führen: So, dass Leistung und Arbeitszufriedenheit optimiert werden können.
Daten: Beginn: 4 Startertermine pro Jahr Seminare: 18 Tage in 5 Teilen, auf Wunsch teilweise Online-Live Abschluss: St. Galler Executive Leadership Diplomzertifikat Gebühr: CHF 16'900.– zzgl. Mwst; Euro zum Tageskurs
Anmelden: sgbs.ch/dp12

St. Galler Diplomzertifikats-Programm in Führungskompetenz

Emotionale Intelligenz für Führungskräfte
Bei anspruchsvollen Führungsaufgaben Die Entfaltung persönlicher Stärken. Wirkungsvolle Kommunikation, Rhetorik und Verhandlung. Souveränes Auftreten, motivierendes Verhalten im Team.
Zielgruppe: <ul style="list-style-type: none"> › Erfolgreiche Führungskräfte, die Motivation im Team weiter steigern und das volle Potenzial ihrer Mitarbeitenden ausschöpfen wollen
Themen: <ul style="list-style-type: none"> › Führungskompetenz › Advanced Leadership › Gewinnende Rhetorik-Kompetenz › Optimal Verhandeln › St. Gallen Tools, Anwendung › Abschlussworkshop
Nutzen: Soziale Kompetenz und Führungspersönlichkeit als Teil jener Fähigkeiten, die den entscheidenden Unterschied auf dem Weg zum Erfolg ausmachen.
Daten: Beginn: 4 Startertermine pro Jahr Seminare: 17 Tage in 5 Präsenzmodulen Abschluss: St. Galler Diplomzertifikat in Sozialer Kompetenz Gebühr: CHF 15'900.– zzgl. Mwst; Euro zum Tageskurs
Anmelden: sgbs.ch/dp13

Marketing & Sales Diplomzertifikats-Programm

Geniale Marketingstrategie, starker Verkauf
Erfolg dank Marketing & Sales Differenzierung nicht nur im Leistungsangebot, sondern auch im Marketing und im Vertrieb.
Zielgruppe: <ul style="list-style-type: none"> › Führungs- und Fachkräfte aus Marketing, Produktmanagement, Sales, Verkaufsdienst, Vertrieb, Digital Marketing › Verantwortliche für Umsatz, Marktanteil, Marktbearbeitung
Themen: <ul style="list-style-type: none"> › Erfolgreiches Marketing › Strategisches Verkaufs- & Vertriebsmanagement › Sales und Verkaufsführung › Anwendung und Best Practices
Nutzen: Das Programm vermittelt die Erfolgsfaktoren des erfolgreichen Marketings sowie des Verkaufs- und Vertriebs-Managements.
Daten: Beginn: 4 Startertermine pro Jahr Seminare: 20 Tage in 5 Teilen, auf Wunsch teilweise Online-Live Abschluss: St. Galler Marketing & Sales Diplomzertifikat Gebühr: CHF 17'900.– zzgl. Mwst; Euro zum Tageskurs
Anmelden: sgbs.ch/dp14

Finanz Diplomzertifikats-Programm

Finanzmanagement für Nicht-Finanz-Spezialisten (w/m)
Ehrgeizige finanzielle Ziele erreichen Crashkurs in finanziellem Management. Für Nicht-Finanzspezialisten, die aber für finanzielle Ergebnisse verantwortlich sind oder sein werden.
Zielgruppe: <ul style="list-style-type: none"> › Führungskräfte und Executives, die finanzielle Resultate erreichen wollen › Leitende aus Bereichen, Geschäftsfeldern, Business Units, Profit Centers, Projekten
Themen: <ul style="list-style-type: none"> › Führen mit finanziellen Kennzahlen › Finanzielle Steuerung und Controlling › Den Ebit steigern › Finanzielle Anpassungsstrategien bei grossen Veränderungen
Nutzen: Das Programm vermittelt die Erfolgsfaktoren des erfolgreichen Marketings sowie des Verkaufs- und Vertriebs-Managements.
Daten: Beginn: 4 Startertermine pro Jahr Seminare: 22 Tage in 6 Teilen, auf Wunsch teilweise Online-Live Abschluss: St. Galler Finanz Diplomzertifikat Gebühr: CHF 19'900.– zzgl. Mwst; Euro zum Tageskurs
Anmelden: sgbs.ch/dp15

St. Galler General Management Diplomzertifikats-Programm

Das St. Galler Management Konzept in der Praxisanwendung

Studien-Start

Durchführungs-Termine

Pro Jahr gibt es mehrere Durchführungen. Die Daten des Studienbeginns und der einzelnen Teile finden Sie unter

www.sgbs.ch/dp11

Veranstaltungs-Orte

Die einzelnen Teile finden an unterschiedlichen Orten in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich statt.

Seminargebühr, Dauer

CHF 17'900.-*, 15 Tage in 4 Teilen
*zzgl. gesetzl. MwSt.; Rechnungsstellung auf Wunsch in Euro zum aktuellen Tageskurs möglich.

Anmeldung

Internet: www.sgbs.ch/dp11

E-Mail: studium@sgbs.ch

Phone: +41 71 225 40 80

Bitte beachten Sie unsere AGB, siehe www.sgbs.ch/agb-2

Zielgruppe (w/m)

1. Führungskräfte mit Verantwortung für ein Ganzes, für: Unternehmung, Tochter, Land, Produktlinie, Marke, Kundensegment, Projekt
2. Spezialist:innen auf dem Weg zu einer Funktion im General Management

Module, Ablauf

Studien- und Seminarmodule

Das Programm besteht aus:

Startmodul:

- 3 Tage bei uns in St. Gallen: Die St. Galler Management Lehre. Nachhaltiges, Nutzen-orientiertes Management.

Seminarmodule:

- Freie Auswahl der Durchführungstermine. Veranstaltungen in CH, D und teilweise A.

St. Galler Management Ansatz

Ihr Diplomzertifikats-Programm beginnt mit einer Einführung in die renommierte St. Galler Management Lehre.

Konzeption

Start-Modul in St. Gallen

Das St. Galler Management-Konzept in 4 Tagen: Wie Sie Ihre persönliche Wirkung als nachhaltig denkende und handelnde Führungspersönlichkeit massiv steigern können. General Management als Teil der resultatorientierten Führung.

Management Seminare

Sie nehmen Teil an folgenden hochwertigen Seminaren teil:

Startmodul:

- General Management für Executives, 4 Tage.
- Executive Leadership, 4 Tage
- Strategie & Business Development, 3 Tage.

Anwendungsnutzen

Sie lernen neues Wissen und bekommen Anregungen und Praxisbeispiele, um dieses in Ihrem eigenen beruflichen Geschäftsalltag gekonnt anzuwenden.

Abschluss und Diplomzertifikat

Die engagierte Teilnahme am Programm führt zur Verleihung des SGBS General Management Diplomzertifikats.

Upgrade

Späteres Upgrade bis zum Executive MBA, siehe sgbs.ch/upgrade

Themen der Seminar-Module

General Management für Executives

St. Gallen ist das Zentrum für die ganzheitliche Management Lehre. Die Business School St. Gallen ist Pionier bei der Praxisanwendung dieses Management Konzepts. Zahlreiche Führungskräfte lernten in unseren General Management Seminaren, was es braucht und wie man vorgeht, um eine Unternehmung oder Organisation nachhaltig erfolgreich zu führen. 4 Tage, Durchführungen in CH, D. Themen siehe www.sgbs.ch/17

Executive Leadership

Executive Leadership hilft, Führungskräfte, Management Teams, eine ganze Unternehmung oder einen Teilbereich richtig zu führen: So, dass Leistung und Arbeitszufriedenheit Optimiert werden können. So, dass die gewollten Resultate entstehen. So, dass Selbstorganisation, Eigeninitiative und Freude am gemeinsamen Erfolg zu einem Kulturelement werden. 4 Tage, Durchführungen in CH, D, USA. Themen und Daten siehe www.sgbs.ch/74

Strategie & Business Development

Mit dem «alten» Geschäft verdient man das Geld, mit dem neuen sichert man sich die Zukunft. Um die Investitionen in Business Development und neue Geschäfte finanzieren zu können, braucht es ein rentables Kerngeschäft. Die Strategie des Unternehmens ist daher eigentlich einfach: Kerngeschäft verteidigen ausbauen und für hohe Profitabilität nutzen. Klug in die richtigen neuen Geschäfte und Geschäftsmodelle investieren. Wie geht man dabei vor? 3 Tage, Durchführungen in CH, D. Themen und Daten siehe www.sgbs.ch/57



SGBS Certified Experts St. Gallen

**Management Weiterbildung mit SGBS Studienabschluss
Berufsbegleitend, für Führungskräfte.**

Gezielter Kompetenzaufbau

Wer in St. Gallen studieren will, hat mehrere Optionen. Die erste Entscheidung, die Sie dabei treffen sollten, ist: Akademisch oder bewusst nicht akademisch? Viele Führungskräfte und Leistungsträger/innen aus renommierten Unternehmen entscheiden sich bewusst für den nicht-akademischen Weg. Sie brauchen keinen Titel. Was sie suchen, ist Management Weiterbildung, die wirklich nützt: Fokussiert auf ihre berufliche Herausforderung, koordiniert mit den Wünschen und Notwendigkeiten des Unternehmens, in dem sie tätig sind. Somit ein Schliessen von Fähigkeitslücken; ein Aufbau neuer Kompetenzen auch zum Wohle des Arbeitgebers; die Dokumentation von Wissen, das in ihrer Praxis direkt umsetzbar ist.

SGBS Certified Experts

Für Teilnehmende, die neue Kompetenzen für ihre berufliche Perspektive im Unternehmen benötigen. Mit einem zertifizierten Abschluss. Nur lernen, was Sie wirklich brauchen. Praxis, mit neuestem Wissen unterlegt.

Berufsbegleitend in 6 bis 18 Monaten.

St. Galler Diplomzertifikate

Weiterbildung mit Tiefgang. In kurzer Zeit bauen Sie Kompetenzen auf, die Sie benötigen, um eine Karriere-Chance nutzen zu können, um eine wichtige Aufgabe erfolgreich zu bewältigen, um als Nachfolger:in in die engere Wahl zu kommen.

Berufsbegleitend in 6 bis 18 Monaten.

Konzeption

Studienprogramm für Praktiker

Wer sich für einen der SGBS Certified Experts Studiengänge entscheidet, durchläuft ein Programm, das spezifisch für Praktiker entwickelt wurde:

- > berufsbegleitend, in 9 bis ca. 12 Monaten
- > mit Fokus auf die benötigten Kompetenzen und Fähigkeiten
- > mit einem massgeschneiderten Inhalt und einem individuellen Studienplan
- > mit hoher Betreuung, hohem Engagement, aber keinen Prüfungen
- > mit Studienmodulen in St. Gallen und Seminarmodulen in CH und D
- > 20–27 Präsenztage und einer Projektarbeit zu einer aktuellen Herausforderung für die eigene Branche

Unsere Studierende sind Führungskräfte und Leistungsträger:innen, die sich bewusst für den Nicht-akademischen Weg entscheiden. Sie brauchen keinen Titel, keinen MBA oder Executive MBA. Was sie suchen, ist Management Weiterbildung, die wirklich nützt.

Der Certified Expert wird von der St. Gallen Business School verliehen. Er belegt den Erwerb von praxisbezogenem Wissen und Können. Er dokumentiert Engagement zum Erwerb neuer Kompetenzen, mit Fokus auf jene Human Skills, welche der Arbeitgeber in den nächsten Jahren benötigen wird.

Upgrade-Option zum EMBA:
www.sgbs.ch/upgrade.

Übersicht: sgbs.ch/praxisstudium



SGBS Certified Executive Management Expert St. Gallen

Für die Führungskraft mit gehobener Verantwortung, ca. 35 – 55 Jahre

Das St. Galler Praxisstudium für Führungskräfte, die anspruchsvolle Management-Positionen anstreben oder bereits einnehmen. 27 Präsenztage. Wissen vertiefen, um eine Unternehmung oder Unternehmens-einheit nachhaltig auf Erfolg auszurichten. 9–12 Monate.

Mit Upgrade-Option zum **Executive MBA** in einem weiteren Semester, siehe www.sgbs.ch/upgrade

Das St. Galler Praxisstudium fokussiert auf Wissen und Kompetenzen mit direkter Anwendbarkeit. Top-Referenten vermitteln Zusammenhänge, Best Practice, Instrumente, St. Gallen Tools. Mit dem Erwerb des SGBS Certified Executive Management Expert St. Gallen dokumentieren Sie umfassende Kompetenz als ergebnisverantwortliche Führungskraft.

Module auf Executive Niveau: General Management, Business Development Finanzmanagement, Leadership, Change Management. Projektarbeit, Kolloquium

Zulassung: min. 5 Jahre Praxiserfahrung, heute in bereits gehobener Verantwortung

Beginn: 4 Starttermine p.a.

Gebühr: CHF 28 900.– zzgl. MwSt; Euro zum Tageskurs

Details: sgbs.ch/exp11

**SGBS Certified Strategy
Expert St. Gallen**



**Verantwortliche für Erarbeitung
und/oder Umsetzung von Strategien**

Mit dem Abschluss zum Certified Strategy Expert werden Sie Strategieexpert:in in Ihrem Unternehmen. Sie lernen, Strategie-Projekte zu planen, zu strukturieren und zu leiten. Berufsbegleitend, in 6 – 12 Monaten. 27 Präsenztag oder wahlweise bis zu 90% Online.

Mit dem Erwerb des SGBS Certified Strategy Expert St. Gallen dokumentieren Sie umfassende Kenntnisse im Strategischen Management.

Für zukünftige Strategie-Experten, die selbst Strategieprojekte planen, konzipieren, realisieren und umsetzen wollen. Entscheider, die Strategie-Kompetenz im Unternehmen selbst aufbauen wollen. Verantwortliche für Strategieentwicklung bedeutender Unternehmen. Berater.

Module: Strategisches Management, Die Zukunft sichern, Strategie-Umsetzung am Markt, Transformation & Change, Hochleistungsorganisation, Projektarbeit, Kolloquium

Zulassung: min. 3 Jahre Praxiserfahrung

Beginn: 4 Starttermine p.a.

Gebühr: CHF 27'900.– zzgl. MwSt; Euro zum Tageskurs

Anmelden: sgbs.ch/exp15

**SGBS Certified Finance
Expert St. Gallen**



**Kompetenzen im finanziellen Bereich
massiv ausbauen**

Dieses berufsbegleitende St. Galler Praxisstudium richtet sich an Führungskräfte sowie an Spezialistinnen und Spezialisten, die vermehrt Kompetenz in finanzieller Führung und finanzieller Zielerreichung benötigen.

Die Teilnehmenden lernen, Verantwortung für finanzielle Ergebnisse zu übernehmen. Sie lernen, ein Profit Center, einen Bereich, eine Business Unit oder ein Unternehmen finanziell zu steuern. Mit dem Erwerb des SGBS Certified Finance Expert St. Gallen® wollen Sie diese Kompetenzen auch dokumentieren.

Themenschwerpunkte:

Die Finanzielle Führungsaufgabe von Führungskräften. Finance als Teil des Ganzheitlichen St. Galler Managements. Gesamtüberblick, Instrumente und Methoden der finanziellen Führung. Finanzielle Ziele erreichen. Profitabilität steigern. Führen mit Kennzahlen. Controlling. Finanzielle Entscheidungen zur Steuerung des Unternehmens oder von Teilbereichen. Strategisches Finanzmanagement.

Zulassung: min. 3 Jahre Praxiserfahrung

Beginn: 4 Starttermine p.a.

Umfang: 24 Tage in 6 – 18 Monaten

Gebühr: CHF 26'900.– zzgl. MwSt; Euro zum Tageskurs

Anmelden: sgbs.ch/exp32

**SGBS Certified Leadership
Expert St. Gallen**



Dieses berufsbegleitende St. Galler Praxisstudium richtet sich an Führungskräfte, Projektverantwortliche und Spezialist:innen aus allen Bereichen, die anspruchsvolle Führungsaufgaben zu bewältigen haben sich ein praxiserprobtes Wissen und Können im Bereich Leadership aufbauen wollen.

Sie erkennen die Art, wie Sie führen. Sie erleben, wie Sie kommunizieren, sich in der Gruppe bewegen, auf andere wirken. Sie lernen, Ihre individuellen Stärken wirkungsvoll zum Einsatz zu bringen. Mit dem Erwerb des SGBS Certified Leadership Expert St. Gallen® wollen Sie sich für zunehmende Führungsverantwortung qualifizieren.

Themenschwerpunkte:

Das persönliche Kompetenz-Portfolio als Führungskraft. Führung als Erfolgsfaktor im ganzheitlichen St. Galler Management Konzept. Führungsverhalten: Was zeichnet gute Führung aus? Wie führe ich selbst? Führungsinstrumente: Welche Führungsinstrumente wie nutzen? Führungspersönlichkeit – Advanced Leadership: Der persönliche Wirkungsgrad als Führungspersönlichkeit. Wirkung durch Auftreten. Souverän auftreten, überzeugend und sympathisch wirken.

Zulassung: min. 5 Jahre Praxiserfahrung

Beginn: 4 Starttermine p.a.

Umfang: 26 Tage in 6 – 18 Monaten

Gebühr: CHF 28'900.– zzgl. MwSt; Euro zum Tageskurs

Anmelden: sgbs.ch/exp16

**SGBS Certified Communication
Expert St. Gallen**



**Kommunikation, Überzeugen und Wirken
im geschäftlichem Umfeld**

Dieses berufsbegleitende St. Galler Praxisstudium richtet sich an Führungskräfte, Fachkräfte, Spezialist:innen und Projektverantwortliche, die andere Menschen im und ausserhalb des Unternehmens begeistern, überzeugen und für Ideen oder Geschäft gewinnen müssen.

Sie sehen, wie Sie in unterschiedlichen Situationen kommunizieren, wo Ihre Stärken sind und was Sie verändern sollten. Sie trainieren gewinnende Gesprächsführung, motivierende Kommunikation und optimierte Wirkung beim Auftreten nach innen und aussen. Sie dokumentieren diese Kompetenzen durch den Erwerb des SGBS Certified Communication Expert St. Gallen.

Themenschwerpunkte:

Kommunikations-Kompetenzen. Auftreten und Wirken. Wie wirke ich auf andere, wie möchte ich wirken? Gut Kommunizieren: Gewinnende Gesprächsführung. Möglichkeiten der «Redekunst» nutzen. Interessen durchsetzen. Wirkungsvoll führen und kommunizieren. Kommunikation und Führungsverhalten. Vertiefung und Training zum persönlichen Führungsstil und Verhalten.

Zulassung: min. 3 Jahre Praxiserfahrung

Beginn: 4 Starttermine p.a.

Umfang: 22 Tage in 6 – 18 Monaten

Gebühr: CHF 23'900.– zzgl. MwSt; Euro zum Tageskurs

Anmelden: sgbs.ch/exp34



St. Galler Führungskräfte- Entwicklung

Vorbereitung auf die erste und
zweite Führungsebene

St. Galler Management Schools

Die berufsbegleitende Qualifizierung für Management Funktionen

Management als wichtiger Beruf

Führungskräfte haben eine grosse Verantwortung: Für die Ihnen anvertrauten Mitarbeitenden; für Werte, Mission, Vision. Für Kundennutzen und das gesellschaftliche Wohlergehen. Und für das berechnete Interesse der Kapitalgeber und Aktionäre. Der Beruf der Managerin und des Managers ist anspruchsvoll. Der Beruf muss gelernt sein.

Qualifizierung für Management-Berufe

Die St. Galler Management Schools sind zertifizierte St. Galler Abschlüsse der SGBS. Sie sind die ideale Qualifizierung und Vorbereitung für den nächsten Karriereschritt. Dabei lernen Sie nur, was wirklich nützt. In einem professionellen Umfeld. Ohne Prüfungszwang, aber mit hohem Engagement, mit Interaktion mit anderen Teilnehmenden. Mit höchstem Praxisbezug. Mit hochkarätigen Dozierenden und einem SGBS-Abschluss, der Ihre erworbenen Kompetenzen dokumentiert.

Wie informieren?

Gerne beraten wir Sie persönlich: Schreiben Sie uns, wenn Sie an einer der St. Galler Management Schools interessiert sind und fragen Sie nach einem Beratungsgespräch. Wir vereinbaren dann einen Termin und suchen für Sie das bestpassende Programm.

Wie anmelden?

Anmeldung via Internet:

Unter sgbs.ch/schools oder Klick auf farbigen Balken am unteren Ende der Programmbeschreibung.

Anmeldung per Mail:

Melden Sie sich per Mail an, mit Nummer und Name des Programms, Vor- und Nachnamen sowie Firma, wir kommen dann auf Sie zu.

Anmeldung per Telefon:

Unter +41 71 225 40 80

Zulassungsbedingungen:

Siehe jeweilige Beschreibung der Zielgruppe.

St. Gallen Schools im Überblick

School	Qualifizierung für
Management Schools für Kontrollorgane w/m	
Gesellschafter- & Aktionärs-School	Aktive Rolle als Eignerin oder Eigner
AR- und VR-School Mandat	Qualifizierung für Aufsichts-/Verwaltungsrat
Vorbereitung auf Positionen der 1. und 2. Führungsebene w/m	
CEO-School	Für eine Position als CEO
GL/Vorstands-School	Vorständ:in oder Mitglied der Geschäftsleitung
Geschäftsführer-School	eine Funktion als Geschäftsführer:in
Interne Führungskräfteentwicklung	Das Management der Zukunft intern heranbilden
Top Executive School	Für den Aufstieg in hohe Führungspositionen
Executive Leadership School	Für den Aufstieg in das Executive Management
Risiko Management School	Unternehmenskrisen erkennen und vermeiden
Vorbereitung auf Positionen im Mittleren Management w/m	
General Manager-School	eine General Management-Funktion
Bereichsleiter-School	heutige oder zukünftige Bereichsleiter:innen
Projektmanager-School	Projektmanager:in eines wichtigen Projekts
Abteilungsleiter-School	eine Abteilung zu führen
Für Spezialisten und nachrückendes Management w/m	
Teamleiter-School	als Teamleiter:in erfolgreich sein
Assistenz-School	Assistent:in der Geschäftsleitung
Produktmanager-School	eine Funktion im Produktmanagement
Begleitendes Coaching	
Führungskräfte Coaching	Begleitung auf dem Weg zur Management-Position
die ersten 100 Tage als Führungskraft	Führungskräfte-Coaching

siehe: sgbs.ch/schools

St. Galler Aufsichts- und Verwaltungsrats-School



Qualifizierung für ein AR- & VR-Mandat Die St. Galler School für Aufsichts- und Verwaltungsräte

Zielgruppe: Verantwortliche aus Kontrollorganen von Unternehmen und Organisationen

Fokus: Management-Kompetenz für Aufsichts- und Verwaltungsräte w/m

Dauer: 12 - 24 Monate. 30 Seminartage in 8 Teilen

Nutzen: Normative Leitplanken vorgeben. Strategien bewilligen. Über neue Geschäftsmodelle entscheiden; Leadership- und Führungsgrundsätze vorgeben; über das Finanzmanagement, Wachstum und Wertsteigerung wachen.

Gebühr: CHF 39000.- zzgl. Mwst; Euro zum Tageskurs

Konzeption

Dies ist ein St. Galler Programm für Persönlichkeiten, die nicht selbst als CEO, Vorstand oder Mitglied der Geschäftsleitung Teil des Managements sind, sondern als Kontrollorgan die Geschicke des Unternehmens überwachen sollen. Sie lernen, die Kontrollaufgabe aus einer ganzheitlichen, umfassenden Management Perspektive auszuüben. Sie lernen, die Konzepte und Strategien des Managements zu hinterfragen und Chancen und Risiken zu bewerten.

Zum Seminar: sgbs.ch/sch12

St. Galler CEO-School



Führungskräfte, die sich für eine CEO-Rolle qualifizieren wollen

CEO's sind für nachhaltige Resultate verantwortlich. Sie setzen Ziele, geben Richtung, prägen Werte und Kultur. Sie entwickeln Motivation, bauen Kernkompetenzen. Mit ihrem Management Team erbringen Sie überdurchschnittliche Leistungen. Zu den Leader-Qualitäten gehört der gekonnte Umgang mit Eignern, Vorstandskollegen, Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit. Sie verstehen es, rentable Marktpositionen auch im harten Wettbewerbsumfeld aufzubauen und zu sichern. Dazu lancieren sie Innovation und neue Geschäftsmodelle, schaffen damit neue Gewinnpotentiale in den Märkten der Zukunft. CEO's kennen die Bedeutung von Strukturen und Prozessen und verstehen es, die Produktivität immer wieder zu optimieren. Sie nutzen die Möglichkeit der finanziellen Führung und des Controllings. Das Resultat dieses «winning spirit» sind hoher Customer Value, steigende Rentabilität, nachhaltige Entwicklung des Unternehmenswerts sowie leistungsstarke und motivierte Mitarbeiter:innen.

Absolvent:innen der St. Galler CEO-Schule qualifizieren sich für eine Position als CEO, Vorstand oder für die oberste Management-Ebene.

Zulassung: min. 5 Jahre Praxis als Führungskraft mit Ergebnisverantwortung

Gebühr: CHF 35000.- zzgl. Mwst; Euro zum Tageskurs

Details: sgbs.ch/sch10

Mitglied der Geschäftsleitung/ des Vorstands werden



Qualifizierung für eine Position im obersten Management

Als Mitglied der Geschäftsleitung oder des Vorstands wird man Teil eines Teams, das für das Wohlergehen der Gesamtunternehmung zuständig ist. Meist teilen sich die GL-Mitglieder (resp. Vorstände) die Verantwortung für Funktionsbereiche oder Geschäftsfelder. Mit der Konsequenz, dass zusätzlich zur Verantwortung für die Gesamtunternehmung auch ein «Revierdenken» für den eigenen Bereich entsteht. Wer als Mitglied der Geschäftsleitung erfolgreich sein will, muss das Gesamte steuern und seinen Teilbereich optimieren; muss Unternehmens- und Bereichsstrategie in Übereinstimmung bringen; muss die Interessen des eigenen Bereichs im Geschäftsleitungsgremium durchsetzen können. Dies alles erfordert fachliche Kompetenz und persönliche Souveränität in Themen wie Strategie, Marketing, Finanzen, Performance, Prozessen, Strukturen, Controlling; Persönliche Kompetenzen in Themen wie Leadership, Krisenmanagement, Führungsverhalten, Umgang mit Konflikten, Motivation, Umsetzungstärke.

Sie qualifizieren sich für die Übernahme einer Funktion als Mitglied der Geschäftsleitung resp. des Vorstands einer Unternehmung oder Institution.

Zulassung: min. 5 Jahre Praxis als Führungskraft mit Ergebnisverantwortung

Gebühr: CHF 34'900.- zzgl. MwSt; Euro zum Tageskurs

Anmelden: sgbs.ch/sch11

St. Galler Geschäftsführer-School



Vorbereitung auf eine Funktion als Geschäftsführer

Wer Geschäftsführer werden will, sucht die Verantwortung für Ergebnisse. Operativ wie strategisch. Ihnen obliegt es, einen entscheidenden Beitrag an das Erreichen der Unternehmensziele beizusteuern. Im Rahmen der operativen Ebene tragen sie Führungs-, Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Budgetvereinbarung, laufende Ergebnisdiskussion mit Mitarbeitenden, aber auch aktive Kundenbetreuung und Akquisition grosser Kunden oder Aufträge gehören zu dieser Funktion. Auf der strategischen Ebene engagieren sie sich für die Sicherung des Kerngeschäfts, für den Ausbau der Marktanteile, das Gewinnen neuer Kunden und für die Expansion in neue Zielgruppen, geografische Märkte und zusätzliche Vertriebskanäle. Sie schaffen neue Geschäftspotenziale dank Business Development. Sie schaffen und erschliessen neue Märkte. Dies alles unter Beachtung der Ergebnis- und Rentabilitätsziele und mit einem motivierenden, modernen Gesetzen der Führungslehre entsprechenden Leader-Verhalten.

Absolventen der St. Galler Geschäftsführer-Schule erwerben eine hochkarätige Qualifikation für den Beruf als Geschäftsführer.

Zulassung: min. 5 Jahre Praxis, min 2 als Führungskraft mit Ergebnisverantwortung

Gebühr: CHF 33000.- zzgl. Mwst; Euro zum Tageskurs

Details: sgbs.ch/sch14

St. Galler General Manager:in-School



Bereitet auf eine Funktion im General Management vor

Eine Funktion mit General Management Verantwortung setzt ein ganzheitliches Management-Wissen voraus. Zusätzlich zu den bereits vorhandenen Fähigkeiten als Spezialist:in wird ein profundes Wissen über das Funktionieren einer Organisation benötigt. Die Gesetzmässigkeiten für professionelles Management müssen in das Entscheidungs- und Führungsverhalten einfließen. Moderne Management-Instrumente müssen zum «Handwerkszeug» des General-Managers und der General-Managerin werden. Fachliche Lücken sind zu schliessen: Der Ingenieur erkennt die Möglichkeit des Marketings. Die Biologin lernt, landesspezifische Strategien und Verkaufskonzepte zu beurteilen. Der Verkaufsleiter versteht die Zusammenhänge zwischen Marktanteilen, Umsatzwachstum, Kapitalintensität und Rentabilität. Und alle zusammen erkennen, was nötig ist, um Veränderungen effektiv durchzusetzen, Menschen in eine bestimmte Richtung zu führen und gemeinsam im Team erstklassige Resultate zu erreichen.

Das Zertifikat belegt, dass Sie eine hochkarätige Qualifikation für den Beruf des General Managers/der General Managerin erarbeitet haben.

Zulassung: Min. 4 Jahre Berufserfahrung in Linie, Stab oder Projektmanagement

Gebühr: CHF 26'900.– zzgl. MwSt;
Euro zum Tageskurs

Anmelden: sgbs.ch/sch20

St. Galler Bereichsleiter:in-School



Die St. Galler Schule für heutige oder zukünftige Bereichsleiter:innen

Wer mit der Leitung eines Bereichs beauftragt wird, übernimmt eine bedeutende Funktion: Bereichsmanager:innen sind besonders gefordert: Als Spezialisten und Fachverantwortliche optimieren sie ihr Spezialgebiet, als Generalisten denken sie prozessorientiert und ermöglichen die Umsetzung der von der Geschäftsleitung vorgegebenen Strategien. Wirkungsvolle Bereichsleiter:innen integrieren ihren Bereich in das gesamte Wirkungsgefüge. Wo nötig und im Gesamtinteresse, verstehen sie es jedoch, sich bei Kollegen und Verantwortlichen für ihren Bereich durchzusetzen. Sie optimieren laufend Produktivität und Kosten; steuern die Zufriedenheit der internen und externen Kunden; bauen neue Mitarbeitende auf und führen situativ, mit Freiraum oder straffer Kontrolle. Ihre unternehmerische Grundhaltung prägt das 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 überführen.

Für Abteilungsleiter:innen und Führungskräfte, die sich für den Karriereschritt zum/zur Bereichsleiter:in qualifizieren wollen.

Zulassung: Min. 3 Jahre Leitung einer Abteilung, Funktion oder eines wichtigen Projekts

Gebühr: CHF 26'800.– zzgl. MwSt;
Euro zum Tageskurs

Anmelden: sgbs.ch/sch22

St. Gallen Produktmanager School



Die School für Produktmanager w/m Qualifizierung für die Aufgabe als Pro- duktmanagerin resp. Produktmanager

Zielgruppe: Führungskräfte, Spezialist:innen und Nachwuchs-PM's.

Fokus: Das Produktmanagement als Schnittstelle zwischen Unternehmen und Markt

Dauer: 9 – 18 Monate berufsbegleitend, 20 Präsenztage, zusätzlich Wissensanwendung anhand von St. Gallen Tools

Nutzen: Sie lernen Erfolgsfaktoren, Methoden und Instrumente des professionellen Produktmanagements und erwerben eine hochkarätige Qualifikation für den Beruf des/der Produktmanager:in.

Gebühr: CHF 19900.– zzgl. MwSt;
Euro zum Tageskurs

Konzeption

Dauerhafte Markterfolge eines Unternehmens sind immer auch das Resultat eines gekonnten Produktmanagements. Dazu gehören eine systematische Marktbeobachtung genauso wie die Überführung von Ideen in erfolgreiche Produkte, Markt-Positionierung, frühzeitige Vermarktung und eine Profitsteuerung von Anfang an. Zusätzlich aber braucht es Kompetenzen. In der Kommunikation: Überzeugungskraft gegenüber internen Stellen, dem Vertrieb und Kunden.

Zum Seminar: sgbs.ch/sch60

St. Gallen Projektmanager School w/m



Ganzheitliches Projektmanagement Kompetenzen für Projektverantwortliche, Erfolg als Projekt-Entrepreneur

Zielgruppe: Leistungsträger aus allen Bereichen, die Verantwortung für Projekte bereits tragen oder dafür ausgebildet werden sollen.

Fokus: Business Kompetenz, Auftreten, Verhandeln, Finanzielle Kompetenz, Kunden- und Marktmanagement

Dauer: 22 Seminartage in 6 Teilen

Nutzen: Nach dem erfolgreichen Abschluss erhalten Sie das Zertifikat der SGBS. Sie belegen damit, eine hochkarätige Qualifikation für den Beruf des Projekt-Managers resp. der Projekt-Managerin erarbeitet zu haben.

Gebühr: CHF 22900.– zzgl. MwSt;
Euro zum Tageskurs

Konzeption

Projektleitende brauchen Netzwerke, Mentoren, Promotoren. Sie müssen führen ohne Macht. Dazu benötigen sie eine hohe emotionale Intelligenz. So können sie, losgelöst von Hierarchie und Linie, zeigen, was in ihnen steckt. Sie können beweisen, dass sie zu grösseren Taten fähig sind. Allerdings: Sie brauchen Wissen und Können. Beides vermitteln wir an der St. Galler Projektmanager School.

Zum Seminar: sgbs.ch/sch24

mit Zertifikatsabschluss

2 Teile, ca. 8 Präsenztage.

Teil 1:

Das Management Seminar zum jeweiligen Thema. Intensiv, kompakt, in einem professionellen Umfeld mit Teilnehmenden aus renommierten Unternehmen und Top Dozierenden. Für aktuelles und praxisbezogenes Wissen.

Teil 2:

Das Anwendungsseminar: 3 Tage interaktive Vertiefung, mit Lerntransfer, höchstem Praxisbezug und Zertifizierung. Zertifikatsabschluss bei aktiver Teilnahme.

Zertifikats-Abschluss

Das St. Galler Praxisstudium kennt keine Prüfungen. Sie werden ersetzt durch:

- aktives Engagement im jeweiligen Management- oder Führungsseminar
- Bearbeitung einer Aufgabenstellung im Selbststudium, unterstützt durch St. Gallen Tools
- aktive Teilnahme an einem 2-tägigen Vertiefungs- und Anwendungsseminar in St. Gallen



St. Gallen Leadership Certificate

Fähigkeiten und Möglichkeiten der Mitarbeiter:innen noch besser zur Geltung zu bringen. 3+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Leadership Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc30



St. Gallen Führungs-Certificate

Eigene Stärken im Führungsprozess erkennen und motivierendes Führungsverhalten ausbauen. 4+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Führungs-Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc40



St. Gallen BWL Certificate

Systematisches, auf das Wesentliche konzentrierte Wissen zu BWL und Unternehmensführung. 4+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen BWL Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc21



St. Gallen Operational Excellence Certificate

Die Hochleistungsorganisation gestalten: Dynamik, Qualität, Agilität, Resilienz, Produktivität: Operationale Exzellenz. 4+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Excellence Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc22



St. Gallen Strategy Certificate

Für Teilnehmende, die sich aktuell oder in Zukunft mit wichtigen strategischen Fragen beschäftigen. 4+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Strategy Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc10



St. Gallen General Management Certificate

Dieses Programm unterstützt Führungskräfte und Spezialisten auf dem Weg zu einer Funktion mit Gesamtverantwortung.. 4+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen General Management Certificate. Siehe: www.sgbs.ch/mc20



St. Gallen Marketing Certificate

Für Leistungsträger:innen aus Marketing, Markt- und Kundenmanagement sowie kunden-nahen Bereichen. 4+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Marketing Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc50



St. Gallen Sales Certificate

Wissen und Impulse für eine weitere Optimierung der Vermarktungsstärke 4+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Sales Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc60



St. Gallen Finanz Certificate

Heute oder in absehbarer Zukunft Ergebnis-, Kosten- oder Umsatzverantwortung tragen. 3+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Finanz Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc90



St. Gallen Business Development Certificate

Innovationsmanagement zum Aufbau des Geschäfts von morgen. 4+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Business Development Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc70



St. Gallen Startup Certificate

Für alle, die sich für den Erfolg von Innovationen, neuen Geschäftsideen und Aufbaugeschäften engagieren. 4+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Startup Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc73



St. Gallen Digital Certificate

Chancen der Digitalisierung für die eigenen Markt- und Gewinnpositionen nutzen. 3+3 Tage.
Abschluss: St. Gallen Digital Certificate
Siehe: www.sgbs.ch/mc72



Seminar-Suche Q

Deutsch

Englisch

Executive MBA
berufsbegleitend – praxisnah – flexibel

Telefonische Beratung

Management Weiterbildung
Offene Seminare

Spezialprogramme

St. Galler Praxisstudium
für Führungskräfte

Inhouse & Consulting

Institute & Forschung
Community

Executive MBA in General Management Direkteinstieg oder Upgrade?

Für berufstätige Führungskräfte

Executive MBA in General Management
Executive Master of Business Administration

EMBA Direkteinstieg

Sie melden sich zum EMBA an. Mit einem Bachelor als Hochschulzulassung und mindestens 5 Jahren beruflicher Praxiserfahrung. Für berufstätige Führungskräfte in 2 Jahren oder Vollzeit in 1 Jahr. Grosse Teile können auf Wunsch Online Live absolviert werden.

www.sgbs.ch/emba

Upgrade

Executive MBA in General Management
Executive Master of Business Administration

EMBA als Upgrade

Sie absolvieren zuerst den SGBS Certified Executive Management Expert (1 Jahr berufsbegleitend) der St. Gallen Business School und buchen zusätzlich das Upgrade zum EMBA. Eignet sich für Bewerber:innen mit Hochschulzugang und 5 Jahren Praxiserfahrung. Präsenz oder grosse Teile Online Live möglich.

www.sgbs.ch/upgrade

Gerne beraten wir Sie
über diese beiden Wege
zum akkreditierten EMBA:

Telefon: +41 71 225 40 80
E-Mail: studium@sgbs.ch

* Die Kooperation von St. Gallen Business School (SGBS) und SRH Berlin University of Applied Sciences (SRH) erlaubt es, zwei Ziele gleichzeitig zu erreichen: SRH verantwortet den gesamten akademischen Teil, also Curriculum, Prüfungen, ECTS, Auslandssemester, Verleihung des staatlich anerkannten Titels. SGBS bringt im Rahmen des St. Galler Praxisstudiums jenes Praxiswissen ein, welches für eine Umsetzung des Erlernten in die Praxis und damit für die eigene Karriere von zentraler Bedeutung ist.



Für berufstätige Führungskräfte

Executive MBA in General Management

Executive Master of Business Administration

Management Weiterbildung
Offene Seminare

Spezialprogramme

St. Galler Praxisstudium
für Führungskräfte

Inhouse & Consulting

Institute & Forschung
Community

Executive MBA: Das Studium für Führungskräfte

Sie gehören zu den Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern im Unternehmen. Im Rahmen Ihrer Karriereplanung streben Sie nach einem Studienabschluss: Einem anerkannten Executive MBA in General Management. In der Sprache deutsch oder englisch. Zusätzlich zur beruflichen Tätigkeit.

Theorie und Praxis

Dieser Studiengang vertieft Ihre Managementkompetenz und bringt Ihnen einen doppelten Abschluss:

- Nach dem 1. Semester (12 Monate bei beruflicher Tätigkeit) den Abschluss als **«SGBS Certified Executive Management Expert»** der St. Gallen Business School.
- Nach dem 2. Semester (weitere 12 Monate bei beruflicher Tätigkeit) den Abschluss als **«Executive Master of Business Administration»**, General Management, der SRH Berlin University of Applied Sciences (SRH).

Die Kooperation zwischen SGBS St. Gallen Business School und SRH Berlin bringt Sie in Ihrer Karriere doppelt weiter: Sie erwerben einen akademischen Titel und Sie dokumentieren, dass Sie modernes Management Wissen in der Praxis anwenden können.

Direkteinstieg: Anmeldung zum EMBA

Abschluss	Executive Master of Business Administration (EMBA)
Credit Points	60 ECTS
Regelstudiendauer	1 Jahr bei SGBS und 1 Semester bei SRH
Studienbeginn	4 Starttermine pro Jahr, Info unter studium@sgbs.ch einholen
Zugangsvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none">• Hochschul- oder Fachhochschulabschluss (Bachelor mit 210 ECTS; alternativ Bachelor mit 180 ECTS + Anerkennung beruflicher Praxiserfahrung)• mind. 5 Jahre Berufserfahrung im Management
Sprachen	Deutsch, wenn gewünscht Teile in English
Präsenz am Studienort	<ul style="list-style-type: none">• Verteilung der Präsenztage ca. 27 Tage bei St. Gallen Business School, ca. 8 Tage in Berlin auf Wunsch kann der Präsenzanteil durch Teilnahme an Online-Live-Veranstaltungen der St. Gallen Business School reduziert werden
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none">• Teil 1 bei SGBS St. Gallen, Veranstaltungen in CH oder D• Teil 2 bei SRH Berlin

Anmelden zum Executive MBA: studium@sgbs.ch



Berlin | Praxis: St. Gallen

Bereits erfolgreich – jetzt Masterstudium nachholen Von der Führungskraft zum EMBA

Offene Seminare

Praxisstudium

MBA, EMBA

Online, Blended

Corporate Programs

Community

Kontakt per Mail

Bachelor-Studium nachholen

Mit Unterstützung der SGBS berufsbegleitend zum Bachelor und dann zum MBA oder EMBA

Das Studium nachholen:

Ist es möglich, ein akkreditiertes, staatlich anerkanntes Management Studium nachzuholen? Gibt es die Chance, zuerst als Führungskraft, Spezialist oder Projektleiterin erfolgreich zu sein und dann, berufsbegleitend, ein akademisches Studium zum Executive MBA in General Management zu absolvieren? Ja.

Zuerst erfolgreiche Führungskraft, dann EMBA

Die St.Gallen Business School als eine der führenden Organisationen für gutes und richtiges Management bietet, in Zusammenarbeit mit der SRH Berlin University of Applied Sciences, diesen Weg unter ganz speziellen Voraussetzungen an. Die SGBS unterstützt Sie auf dem Weg von einer erfolgreichen Führungskraft zum akademischen Titel „Executive Master in General Management“ – mit Anerkennung des bisher Geleisteten in Ihrer beruflichen Praxis plus Anerkennung bisher geleisteter Management Weiterbildung bei der St.Gallen Business School.

Kein Hochschulzugang? Bachelor nachholen

Wer keinen Hochschulzugang hat, kann diesen berufsbegleitend nachholen. Gerne informieren wir Sie über diese interessante Option, berufsbegleitend den akademischen Bachelor zu erwerben. Anfragen an studium@sgbs.ch

Für den Einstieg in das Executive Master-Programm gibt es zwei Bedingungen, die erfüllt sein müssen:

Bedingung 1: Eine erfolgreiche berufliche Karriere als Führungskraft. Mindestens 5 Jahre berufliche Erfahrung.

Bedingung 2: Hochschulzugang mit min. 180 ECTS. Keine Beschränkung auf ein bestimmtes Fachgebiet.

Sind diese beiden Bedingungen erfüllt, führen folgende Schritte zum akkreditierten, staatlich anerkannten Executive Master in General Management.

Für Studierende ohne Hochschulzugang gibt es die Möglichkeit, berufsbegleitend zuvor den Bachelor nachzuholen.

Schritt 1: SGBS Certified Executive Management Expert St.Gallen

Sie absolvieren berufsbegleitend dieses St.Galler Praxisstudium. 27 Tage, in Präsenz oder teilweise in Online. Selbststudium mit St.Gallen Tools. Praxisrelevante Projektarbeit. Fokussiert auf den Erwerb von Kompetenzen, die Sie in Zukunft benötigen. Höchste Praxisrelevanz. Professionelles, nicht studentisches Teilnehmerumfeld. Bewusst nicht akademisch, dafür aber mit einem individuell erarbeiteten Studienplan. Lernen, was wirklich nützt. Siehe www.sgbs.ch/exp11

Schritt 2: Brücke zum akademischen Studium

Die „Brücke“ ermöglicht den Übertritt vom Certified Expert in die akademische Welt. Sie absolvieren insgesamt 7 Prüfungen, auf die Sie das St. Galler Praxisstudium optimal vorbereitet. Im Erfolgsfall verleiht Ihnen unser Hochschulpartner SRH 30 ECTS.

Schritt 3: Zweites akademisches Semester

Damit ist der Weg frei in das zweite akademische Semester. Wir melden Sie zur Immatrikulation bei der SRH an, dort absolvieren Sie das zweite Semester, Dauer berufsbegleitend 9 – 12 Monate. 8 Tage in Präsenz, Online- und Selbststudium, Masterthesis.

Zwei Abschlüsse

Im Erfolgsfall erwerben Sie zwei Abschlüsse:

SGBS Certified Executive Management Expert St.Gallen für genau jene Management und Sozial-Kompetenzen, die Sie in den nächsten Jahren benötigen

SRH Executive Master in General Management, EMBA staatlich anerkannter Titel.

Gerne sind wir für Sie da

per Mail: studium@sgbs.ch Telefon: +41 71 225 40 80

Anmeldekarte

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung.

Ihre Anmeldung nehmen wir gerne per E-Mail, Post oder Internet entgegen.

St. Gallen Business School
Rosenbergstrasse 36
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 71 225 40 80
Internet www.sgbs.ch
E-Mail seminare@sgbs.ch

_____	_____
Seminar-Name	Telefon
_____	_____
Seminar-Nummer, Seminar-Datum	Telefax
_____	_____
Vorname, Name	E-Mail
_____	_____
Firma	Stellung/Funktion
_____	_____
Strasse, Nummer	Geburtsdatum
_____	_____
Land, PLZ, Ort	Datum
_____	_____
Branche, Anzahl Beschäftigte	Unterschrift

Sept. 2025

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Management Seminare & Programme

Anmeldung

Ihre Anmeldung oder Bewerbung zu einem Management Seminar oder Programm nehmen wir gerne per E-Mail, Post oder Internet entgegen.

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- Informationen zu Ablauf, Hotel/Tagungszentrum und Anreise
- das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung www.sgbs.ch/hotel

Sollte das Seminar bereits ausgebucht sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet.

Seminargebühr, Hotelkosten, Themen

In der Seminargebühr (zzgl. gesetzl. MwSt.) sind der Kursbesuch sowie umfassende Seminarunterlagen enthalten. Die Seminarunterlagen werden von den Teilnehmenden kurz vor dem Seminar aus unserem Downloadzentrum elektronisch heruntergeladen. Dazu senden wir ein Mail mit einem Link zum Download. Nicht darin enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung, Frühstück, Verpflegung und Tagespauschale des Hotels bzw. Tagungszentrums. Diese müssen von den Teilnehmern:innen direkt dem Hotel bezahlt werden.

Es steht den Teilnehmer:innen selbstverständlich frei, ausserhalb des Seminarhotels zu übernachten. In diesem Falle bezahlen Sie die vom Hotel/Tagungszentrum verlangte Tagespauschale direkt an das Hotel/Tagungszentrum.

Das Kurshonorar wird nach erfolgter Anmeldung erhoben und ist spätestens 6 Wochen vor Seminarbeginn zu überweisen.

Kleinere Änderungen bei Themen, Themenabfolge und Referenten bleiben vorbehalten.

Zertifikat

Über den Besuch des Kurses erhalten Sie ein Kurszertifikat, bei einem mehrteiligen Programm im Verlauf des letzten Programmteils.

Umbuchung, Verschiebung

Bei einer Umbuchung eines gebuchten Seminars oder Seminarteils bis 3 Monate vor Beginn verrechnen wir eine Umbuchungsgebühr von CHF 400.- zzgl. MwSt. Bei einer Umbuchung im Zeitraum 6 Wochen bis 3 Monate vor Seminarbeginn sind 20% der Gebühren der umgebuchten Veranstaltung zu bezahlen. Bei einer Umbuchung weniger als 6 Wochen vor Beginn werden 40% der Gebühr fällig. Bei einer Umbuchung von weniger als 2 Wochen vor Seminarbeginn wer-

den 80% der Gebühr fällig. Bei Nichterscheinen verfällt die Gebühr entschädigungslos. Nicht besuchte Seminare und Seminarteile verfallen.

Bei einer Umbuchung kann es passieren, dass es ggf. zu allfälligen Programmänderungen/-anpassungen und -überschneidungen kommen kann. Daraus kann keine anteilige Rückerstattung der Seminargebühr abgeleitet werden.

Annullation, Rücktritt, Stornierung

Eine Annullation einer Anmeldung (Rücktritt oder Stornierung) ist bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos möglich. Bei einer Stornierung zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminargebühr zzgl. MwSt. verrechnet.

Alternativ kann bis 10 Tage vor Seminarbeginn gegen Bezahlung der Umbuchungsgebühr von CHF 700.- zzgl. MwSt. ein:e Ersatzteilnehmer:in gestellt werden, der Zielgruppenbeschreibung entsprechend.

Die volle Seminargebühr wird verrechnet, wenn die Stornierung weniger als 30 Werkzeuge vor Seminarbeginn erfolgt.

Einzelne Seminare können aufgrund höherer Gewalt vom Veranstalter kurzfristig oder

wegen Mangel an Teilnehmenden bis spätestens 10 Werkzeuge vor Seminarstart annulliert werden, ohne dass dabei ein Schaden geltend gemacht werden kann.

Verschiebung bei Gefahrenlage, Pandemie
 Bitte lesen Sie dazu unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Management Seminare und Programme: www.sgbs.ch/agb

Versicherung, Haftung, Preisänderungen
 Bitte lesen Sie dazu unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Management Seminare und Programme: www.sgbs.ch/agb

Es gilt **Schweizer Recht, Gerichtsstand ist St. Gallen.**

Mit dem Erscheinen eines neuen Prospektes verlieren jeweils alle früheren Angaben zu Inhalten, Bedingungen, Referenten und Preisen ihre Gültigkeit.

Unsere aktuellen AGB's Allgemeine Geschäftsbedingungen entnehmen Sie unter:
www.sgbs.ch/agb



Die einzigartige SGBS Weiterbildungssuche

Finden, was Sie suchen: Filtern nach Thema, Zielgruppe, Durchführungsdetails, ...
Zeitbedarf 30 Sekunden → Übersicht mit Direktlink

1 | Thema auswählen

2 | Zielgruppe festlegen

3 | Durchführungsdetails

4 | Auswahl aufrufen

Hier finde ich die beste Management Weiterbildung

- In 30 Sekunden
- Selektioniert nach Thema, Zielgruppe, Dauer, Sprache, Zertifikatstyp u.a.
- Mit Merkliste
- Mit Kurzbeschreibung der Programme
- Mit Direktlink zur Detailbeschreibung
- Mit der Möglichkeit, die Auswahl intern zu versenden
oder telefonische Beratung anzufordern

sgbs.ch/suse



St. Gallen Business School
Rosenbergstrasse 36
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 71 225 40 80
E-Mail seminare@sgbs.ch
www.sgbs.ch

