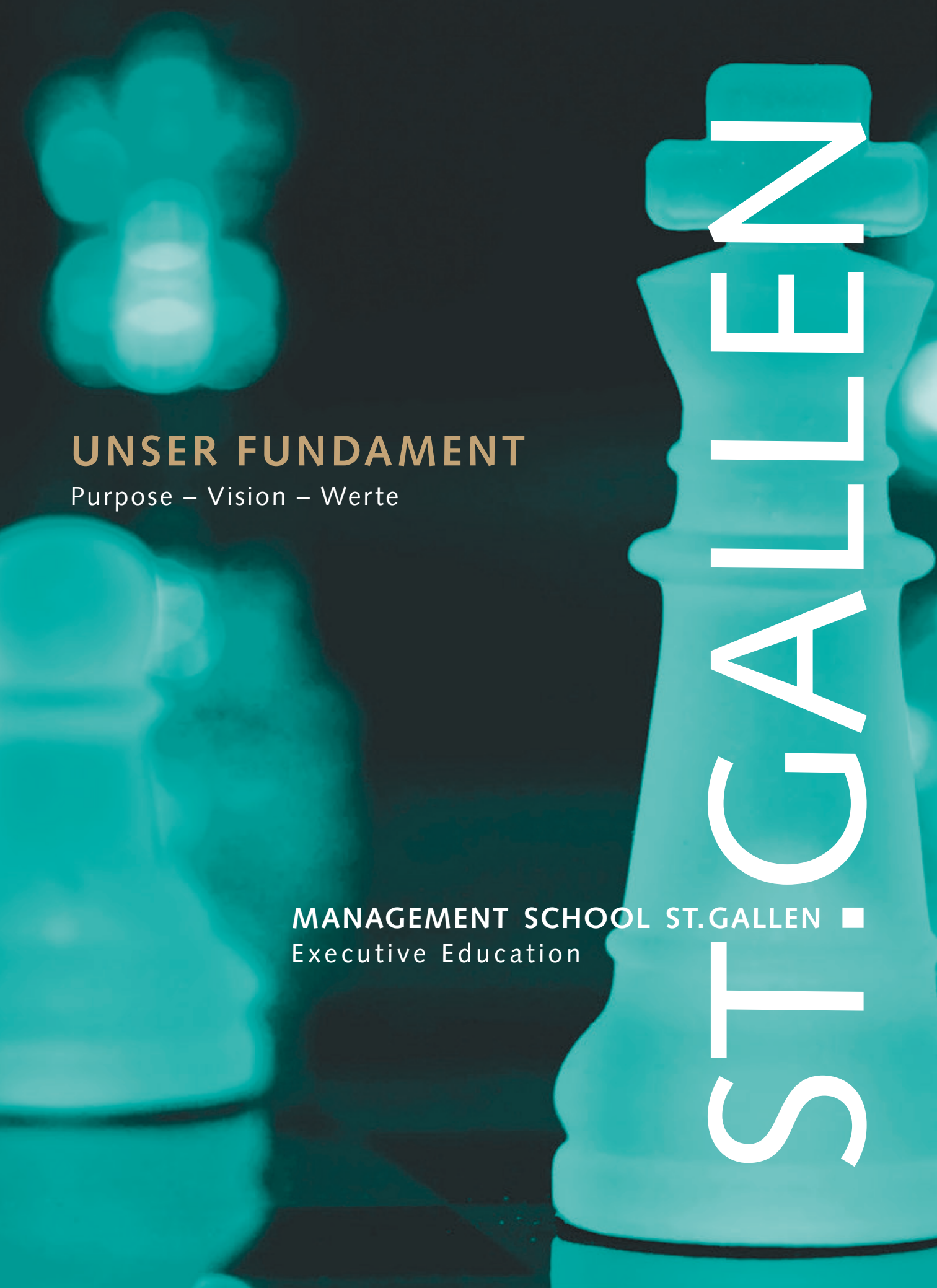


The background of the entire page is a dark, almost black, surface. On the right side, a large, teal-colored chess king piece stands prominently. To its left, in the lower half, is a teal queen piece. Further to the left and slightly higher up is a teal pawn piece. The lighting is dramatic, with highlights on the edges of the pieces, giving them a three-dimensional appearance. The overall color palette is dominated by the teal of the pieces and the dark background.

UNSER FUNDAMENT

Purpose – Vision – Werte

MANAGEMENT SCHOOL ST.GALLEN ■
Executive Education

ST
GALLEN

Gedanklicher Auftakt

Management ist die gestaltende Kraft, die Menschen, Ideen, Ressourcen und Werte so verbindet, dass Fortschritt und Wohlstand entstehen können. Es bewegt, was unsere Gesellschaft bewegt, gibt Richtung, schafft Orientierung und erhält komplexe Systeme handlungsfähig. Management macht Wandel möglich, eröffnet Perspektiven und verwandelt Herausforderungen in Chancen. Management zu verstehen heisst, Zukunft aktiv zu gestalten und Visionen Wirklichkeit werden zu lassen.

Inhalt

Purpose – Vision – Werte

- 4 Unternehmenszweck
- 5 Wissenschaftliche Grundlagen
- 6 Kernkompetenzen und Stärken
- 7 Anwendungsgebiete und Kunden
- 8 Globalität und Universalität
- 9 Unsere Arbeitsweise und Methodenvielfalt
- 10 Struktur, Selbstorganisation und Führungskultur
- 11 Unsere Mitarbeitenden
- 12 Nachhaltiges Wachstum als Prinzip
- 13 Stabile Ertragskraft als Anspruch
- 14 Internationalität mit klarem Fokus
- 15 Haltung gegenüber der Konkurrenz

Unternehmenszweck

1. Unsere Aufgabe ist es, Antwort zu geben auf die Frage:
Was ist richtiges und gutes Management?
2. Mit unserer darauf aufbauenden Expertise in General Management leisten wir einen hochrangigen Beitrag zum bestmöglichen Management der Gesellschaft und aller Arten von verfassungskonformen gesellschaftlichen Institutionen. Wir tun das sowohl auf der Ebene der Gesamtinstitutionen als auch auf der Ebene der einzelnen Führungskräfte. Wir wollen auf diesem Gebiet die Besten sein.
3. Wir sind Problemlösungsspezialisten für die Entwicklung, Gestaltung und Lenkung komplexer, zweckorientierter, produktiver, sozialer Systeme. Wir erarbeiten für und mit unseren Kunden die bestmöglichen Lösungen auf schnellstmöglichem Wege und setzen diese um. Wir orientieren uns an Resultaten und am Nutzen für unsere Kunden. Vorgehensweisen, Methoden, Produkte und Tools sind Mittel zur Problemlösung.
4. Unsere Tätigkeit orientiert sich an den regulativen Ideen der Lebensfähigkeit und Nachhaltigkeit der Gesellschaft und ihrer Organisationen. Wir stellen unsere Fähigkeiten nur in den Dienst von Institutionen, deren Zwecke und Ziele wir ethisch verantworten können.
5. Wir wollen mit unserer Tätigkeit kommerziell erfolgreich sein und sehen darin den Beweis für die Richtigkeit unserer Aufgabe und ihre professionelle Erfüllung.

Wissenschaftliche Grundlagen

1. Die Grundlage unseres Denkens und Handelns sind die Systemwissenschaften und die Kybernetik. Unser Basiskonzept ist das St.Galler Management Modell und die ihm zugrunde liegende Systemorientierte Managementlehre.
2. Unser Konzept überzeugt durch klare Struktur und inhaltliche Fundierung – daran halten wir kompromisslos fest. Es dient allen Mitarbeitenden als verbindliche Orientierung. Wir überprüfen neue Ansätze regelmässig und sorgfältig, um unser Angebot kontinuierlich weiterzuentwickeln – immer mit dem Anspruch, begründet bessere Antworten auf unsere zentrale Fragestellung zu liefern.
3. Wir nutzen alle wissenschaftlichen Disziplinen und Erkenntnisse, die für die Lösung von Managementproblemen nötig und fruchtbar sind. Darauf beruht unsere Interdisziplinarität. Gleichzeitig richten wir unseren Blick gezielt auf jene Disziplinen, die unseren Auftrag sinnvoll bereichern und zur Lösung von Managementfragen beitragen.
4. Aus unserer wissenschaftlichen Orientierung heraus fühlen wir uns der Einheit von Sprache und Darstellung verpflichtet – als Grundlage für Klarheit und Verständlichkeit. Unsere Konzepte und Begriffe sind konsequent darauf ausgerichtet.

Z
W
E
C
K
A
U
F
G
U
T
S

Z
W
E
C
K
A
U
F
G
U
T
S

Kernkompetenzen und Stärken

1. Wir haben mit dem St.Galler Management Modell weltweit das einzige ganzheitliche, integrierte, interdisziplinäre, wissenschaftlich fundierte Managementkonzept. Das gibt uns Einzigartigkeit und Alleinstellung in allen Fragen des General Managements.
2. Wir integrieren als Einzige alle Vorgehensweisen für die Lösung von Managementproblemen, insbesondere Beratung und Schulung.
3. Wir setzen Lösungen konsequent um – mit messbaren Ergebnissen und spürbarem Nutzen.
4. Wir haben ein grosses und erfahrenes Expertenteam für General Management-Fragen.
5. Wir haben eine exzellente Wissensbasis.
6. Dank unseres modular aufgebauten Wissens können wir kundenspezifische Leistungen flexibel und zielgerichtet kombinieren.

ST.GALLER
MANAGEMENT
MODELL

Anwendungsgebiete und Kunden

1. Wir bringen unsere Managementexpertise überall dort ein, wo Management gefragt ist – in unterschiedlichsten Institutionen und Organisationen aus allen gesellschaftlichen Sektoren und Branchen. Dabei achten wir sowohl auf das Verbindende als auch auf das Besondere: Wir nehmen Unterschiede ebenso ernst wie Gemeinsamkeiten.
2. Dieses breite Anwendungsspektrum bedeutet keine Diversifikation – es geht stets um dieselbe Kernkompetenz. Lediglich der Kontext, in dem sie zum Einsatz kommt, ist unterschiedlich.
3. Die Frage nach Zielgruppen oder Segmenten ist für uns nicht unwichtig – aber nachgeordnet. Anstatt uns auf feste Segmentierungen festzulegen, die oft nur vorübergehende Relevanz haben, bleiben wir flexibel. Branchenspezifische oder typologische Schwerpunkte sind möglich, ohne dass wir unseren Ansatz oder unsere Positionierung verwässern.

ST.GALLER
MANAGEMENT
MODELL

Globalität und Universalität

1. Auf dem Gebiet des General Managements ist unsere Expertise geographisch global und inhaltlich universell. Das ist die erste und primäre Dimension unserer Tätigkeit.
2. Wir unterscheiden für weitere Schwerpunktbildungen vier sekundäre Dimensionen: Branchen, Organisationstypen, Funktionsbereiche, Problemkategorien.
3. Wir richten die Segmentierung des Marktes und die Spezialisierung von Mitarbeitern so an diesen Dimensionen aus, dass Ganzheitlichkeit und Integration unseres Ansatzes aufrechterhalten bleiben.
4. Wir organisieren uns daher so, dass wir in ausgewählten Segmenten erstklassige branchen-, typen-, funktions- und problembezogene Vollreferenzen vorweisen können.

Z
E
H
L
A
G
S

Unsere Arbeitsweise und Methodenvielfalt

1. Unsere Arbeitsweise wird konsequent durch Logik und Inhalt unserer Aufgabe bestimmt, durch unsere Konzepte, vom Nutzen für unsere Kunden sowie von kompromissloser Qualitätsorientierung und Professionalität in allen Dimensionen. Obwohl wir konzeptionell und inhaltlich keine Konzessionen machen, sind wir bei der Anwendung unserer Konzepte flexibel. Wir wählen jeweils die für das Problem des Kunden geeigneten Darstellungsformen, Methoden, Vorgehensweisen, Kommunikationsmittel und Sprachen.
2. Beratung, Schulung, Coaching, und andere Vorgehensweisen sowie Publikationen, Audios, Videos, Audio-Podcast, E-Technologien und KI, sind gleichberechtigte Wege, um unsere Kernaufgabe zu erfüllen. Sie sollen jedoch – wenn das für den kommerziellen Erfolg erforderlich ist – manageriell, organisatorisch und juristisch eine unterschiedliche Behandlung als je separate Geschäftsgebiete erfahren.

Z
E
H
L
A
G
S

Struktur, Selbstorganisation und Führungskultur

1. Wir sind nach den Prinzipien lebensfähiger Systeme organisiert. Im Rahmen dieser Struktur machen wir umfassenden Gebrauch von Selbstregulierung und Selbstorganisation. Das erfordert klare Zuständigkeiten und Verantwortungen sowie umfassende Kommunikation.
2. Damit Verständnis für die Führungsfragen der Gesamtorganisation entstehen kann, sollen möglichst viele Personen in je unterschiedlichen Funktionen zum gesamten Corporate Management beitragen können. Die Führung soll dadurch breit abgestützt und redundant sein.
3. Die Organisation basiert auf zwei zentralen Einheiten: der Person und dem Projekt. Personelle Zuordnungen und Verantwortlichkeiten orientieren sich an den Fähigkeiten, Stärken sowie an der fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden. Die Projektstruktur richtet sich konsequent nach den Problemstellungen unserer Kunden und dem Anspruch an exzellente Leistung.
4. Die Führung der gesamten Unternehmensgruppe handelt nach denselben Grundsätzen, die wir auch unseren Kunden nahelegen – verbindlich und beispielgebend. So unterstreichen wir unsere Glaubwürdigkeit als Managementexperten.

Z
E
L
A
G
T
S

Unsere Mitarbeitenden

1. Das Wichtigste in unserer Organisation sind unsere Mitarbeitenden. Unabhängig von Tätigkeit und Position sind sie unserer Aufgabe und der systemorientierten Managementlehre verpflichtet.
2. Unsere Mitarbeitenden werden konsequent nach ihren Fähigkeiten und Stärken eingesetzt. Der Einsatz der Mitarbeitenden und die Bildung von Projektteams richten sich ausschliesslich nach den Anforderungen des Kunden.
3. Wir wollen eine Organisation sein, auf deren Aufgabe, Reputation und Ergebnisse die Mitarbeitenden stolz sein können. Daraus soll unsere Attraktivität für hervorragende Mitarbeitende in allen Bereichen resultieren.
4. Wir erwarten von unseren Mitarbeitenden die Orientierung an der Werte-Rangordnung «Kunde – Firma – Mitarbeitende». Wir fordern charakterliche Integrität, intellektuelle Redlichkeit, professionelles Arbeiten, Leistungsorientierung und die Ausrichtung an unserer Unité de Doctrine.
5. Wir sichern unsere Leistungsfähigkeit, Kompetenz, Qualität und Marktstellung durch Aus- und Weiterbildung sowie durch die Bereitstellung einer zeitgemässen Arbeitsumgebung.
6. Wir zeigen, dass Leistung und Humanität vereinbar sind. Wir streben an, dass unsere Mitarbeitenden Selbstverwirklichung und persönliche Erfüllung finden, während sie zur Realisierung unserer Aufgabe beitragen. Unsere Leistungserbringung organisieren wir so, dass jede und jeder eine individuelle Balance zwischen Beruf und Leben finden kann.

Z
E
L
A
G
T
S

Nachhaltiges Wachstum als Prinzip

1. Unsere Grösse und unser Wachstum sind am Kriterium der dauerhaften Lebensfähigkeit der Gesamtgruppe und am Bedarf des Marktes orientiert. Wachstum und Grösse sind daher keine originären Ziele.
2. Beide sind sowohl Voraussetzung als auch Folge der Verwirklichung unserer Aufgabe. Diese bestimmt die erforderliche Grösse und daraus ergibt sich die Wachstumsrate.
3. Unser Wachstum muss zwei Bedingungen gleichzeitig erfüllen: Wir müssen alle Vorkehrungen treffen, um die Chancen am Markt nützen zu können; das darf aber nicht zu existenziellen Risiken führen.

ZWEI
ZIELE
DES
MANAGEMENTS

Langfristig stark im Ertrag als Anspruch

1. Unsere Ertragskraft soll dem Niveau führender Know-how-Organisationen entsprechen. Wir wollen auf unseren wirtschaftlichen Erfolg mit gutem Grund stolz sein können – als Ausdruck unserer Leistungsfähigkeit und unserer Verantwortung gegenüber Kunden, Partnern und Mitarbeitenden.
2. Die Basis dafür bilden die Professionalität unserer Mitarbeitenden, die modulare Struktur unserer Dienstleistungen sowie die hohe Produktivität unserer Arbeitsweise. Diese Faktoren sichern nicht nur unsere Wettbewerbsfähigkeit, sondern auch die nachhaltige Entwicklung unserer Organisation.

ZWEI
ZIELE
DES
MANAGEMENTS

Internationalität mit klarem Fokus

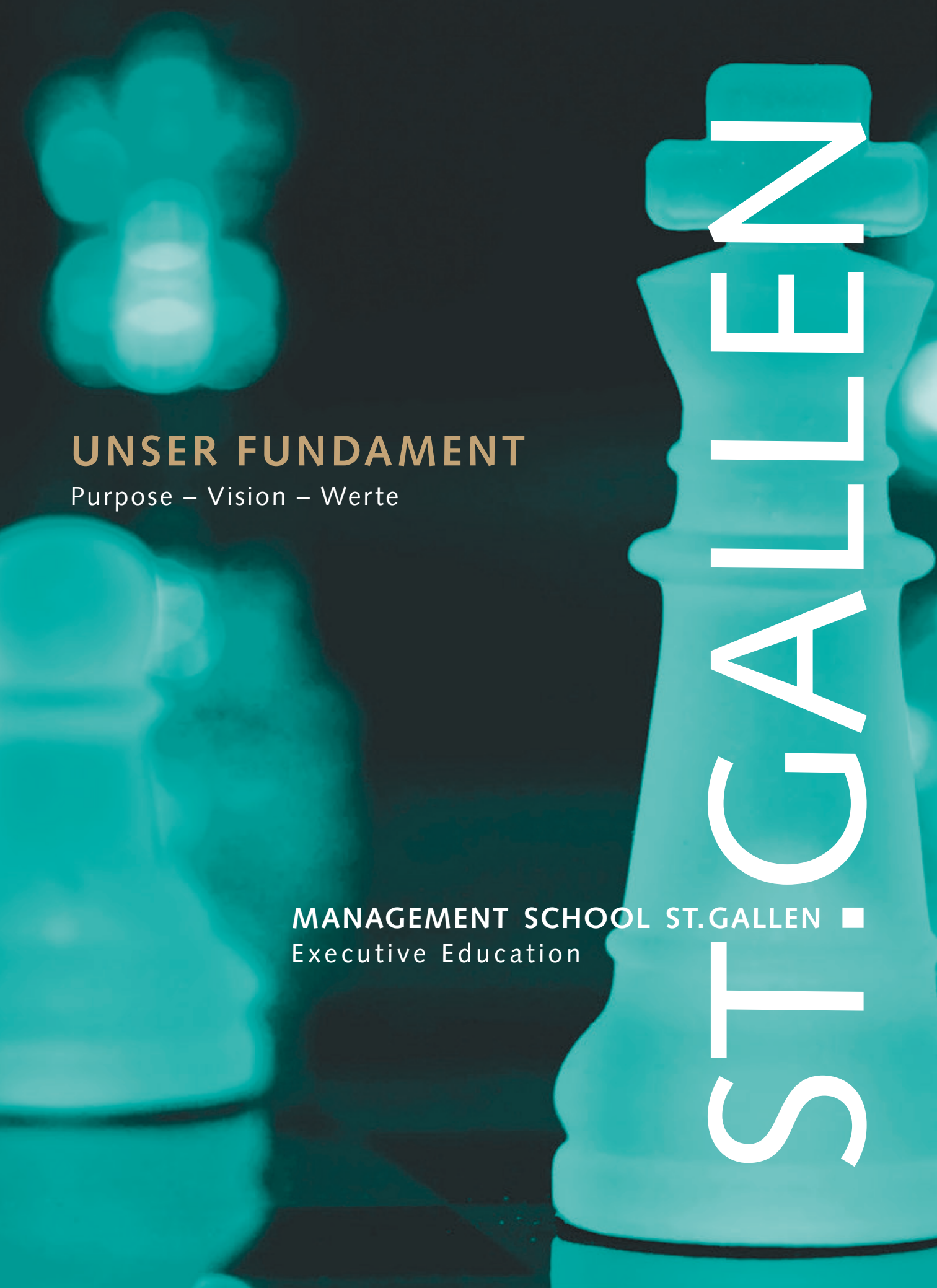
1. Internationalität verstehen wir nicht als geographische Präsenz, sondern als umfassende Kenntnis der globalen Gegebenheiten, Tendenzen und Anforderungen auf unserem Gebiet.
2. Unser Fokus liegt auf dem deutschsprachigen Raum – dem grössten Wirtschaftspotenzial Europas und einem Markt, der vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten für all unsere Aktivitäten bietet.
3. Unsere Produkte und Dienstleistungen sind aber auch in den führenden Fremdsprachen verfügbar, wodurch wir einen grösseren Anwendungsraum öffnen.
4. Für unsere Kunden werden wir auch im Ausland tätig, wenn alle Voraussetzungen – insbesondere die personellen – erfüllt sind, um auf unserem Gebiet erfolgreich zu sein.

Z
E
L
A
G
S

Haltung gegenüber der Konkurrenz

1. Die Unverwechselbarkeit unseres Ansatzes ist unser Markenzeichen. Deshalb vermeiden wir bewusst jedes Verhalten, das uns vergleichbar mit anderen Organisationen machen würde. Unser Ziel ist es, uns durch klare Alleinstellung vom Wettbewerb abzugrenzen. So wollen wir die führende Position in unserem Gebiet einnehmen.
2. Wir setzen unsere Marketing- und Kommunikationsmassnahmen gezielt ein, um unser Alleinstellungsmerkmal bei unserer Zielgruppe klar und nachhaltig zu verankern. Wer wirksames Management sucht, trifft mit der Management School St.Gallen auf einen starken Partner mit Profil und Substanz.

Z
E
L
A
G
S

The background of the entire page is a dark, almost black, surface. On the right side, a large, teal-colored chess king piece stands prominently. To its left, in the lower half, is a teal queen piece. Further to the left and slightly higher up is a teal pawn piece. The lighting is dramatic, with highlights on the edges of the pieces, giving them a three-dimensional appearance. The overall color palette is dominated by the teal of the pieces and the dark background.

UNSER FUNDAMENT

Purpose – Vision – Werte

MANAGEMENT SCHOOL ST.GALLEN ■
Executive Education

ST
GALLEN