

# Modularisierung des Gesamtangebotes

**HSG-WEITERBILDUNGSZENTRUM** Im eben veröffentlichten European Business School Ranking der «Financial Times» belegt die Universität St. Gallen im deutschsprachigen Europa erneut den 1. Rang. Dies nicht zuletzt wegen eines Weiterbildungsangebotes, das immer wieder kreativ ergänzt wird.

MÉLANIE KNÜSEL-RIETMANN

**K**aum ist das HSG-Weiterbildungszentrum mit einem «Hotel» ergänzt worden, steht bereits das nächste Projekt auf dem Stundenplan: «Ab diesem Jahr werden all unsere Weiterbildungsangebote schrittweise modularisiert und untereinander anrechenbar gemacht», umschreibt Matthias Straetling, Executive Director der Executive School of Management, Technology & Law (ES-HSG), das neuartige Modell.

Die Modularisierung des Gesamtangebotes basiert auf der Überlegung, dass die Teilnehmer der Zertifikats- und Diplomprogramme – sie sind kürzer als Master – unter Anrechnung der absolvierten Elemente eine höhere Weiterbildungsstufe erklimmen können. Dazu erklärt Peter Gomez, Dean der ES-HSG: «Dieses Baukastensystem erlaubt es den Teilnehmern, in kürzeren Seminaren unser Angebot kennen zu lernen und berufsbegleitend über einen längeren Zeitraum einen universitären Abschluss zu erwerben.»

## HSG kooperiert mit der ESADE

Was an Neuerungen im 126-seitigen Katalog unter dem Stichwort «Weiterbildung an der Universität St. Gallen» weiter auffällt, sind die jüngsten Kreationen – allen voran das Joint Venture mit der ESADE Business School in Barcelona, der iberischen Vorzeigekaderschmiede. Das Programme for Leadership Development (PLD) richtet sich speziell an Teilnehmende, die ein zeitlich extrem vereinnahmendes MBA oder EMBA nicht in einem Stück absolvieren können. Mit 38 Präsenztagen ga-

rantiert das PLD ein Gütesiegel mit Diplom der Weiterbildung an der Universität St. Gallen.

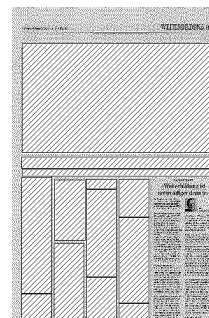
Und weil – neu – unter der Bedingung eines akademischen Erstabschlusses die Möglichkeit der Anrechnung an den MBA der HSG besteht, stehen die Anwärter heute schon Schlange. Damit wird der Tatsache Rechnung getragen, dass akademische und nicht akademische Laufbahnen sich immer mehr kreuzen. Das trifft speziell für die steigende Zahl der Fachhochschulabsolventen zu, die sich auf betriebswirtschaftlichem Gebiet das Wissen zur Unternehmensführung aneignen wollen.

Für Manager, die erkannt haben, dass es heute praktisch kein Problem mehr in einer Firma gibt, das nicht auch rechtliche Aspekte hat, wurden neu das Management Programme for the Legal Profession und das Wirtschaftsrecht für Manager (WRM-HSG) geschaffen. Matthias Straetling erwähnt diese beiden neuen Angebote bewusst in einem Zug: Sie sind spiegelbildlich gedacht, «weil Recht und Gesetze einen immer grösseren Einfluss auf Managemententscheidungen haben». Unnötig zu sagen, dass gleichzeitig mit dieser Entwicklung auch die damit verbundenen Risiken exponentiell zunehmen. «Dazu gehört ein rechtliches Fundament, um juristische Fallstricke zu erkennen», sagt Straetling.

Umgekehrt geht auch: Gerade weil immer mehr Juristen mit ökonomischen Fragestellungen konfrontiert sind, wurde das MPLP-HSG ins Leben gerufen. Alles, was derzeit Schlagzeilen in der Wirtschaftswelt macht, hat rechtliche Konsequenzen, bösartig gesagt: Ist auch Juristenfutter. Es braucht immer mehr Anwälte, die sich im Ge-

setzesdschungel genau so gut auskennen wie in den Niederungen der wirtschaftlichen Irrungen und Wirrungen. Was nützt es einem Rechtsvertreter, wenn er keine Bilanzen oder Geschäftsberichte lesen kann und seine Klienten gegen üble Machenschaften im Zusammenhang mit Fallstricken bei Übernahmen, Joint Ventures oder der Lancierung von Produkten und Diensten verteidigen und beraten kann? Von diesem Wissen profitieren vor allem Kanzleien, deren Partner immer wieder erfolgreich auf dem Wirtschaftsparkett agieren. Darauf ist dieser spezielle Zweig des Weiterbildungsangebotes ausgerichtet.

Ebenfalls neu im Angebot ist ein Campus samt Hotel. Damit verfügt die HSG als erste Universität im deutschsprachigen Raum über einen integralen Ort für die Weiterbildung. Vor mehr als zehn Jahren hatten die St. Galler an einer idyllischen Lage auf dem Rosenberg ein Weiterbildungszentrum eröffnet – hoch über der Stadt mit Blick auf das Alpsteinmassiv und den Bodensee. Der Erfolg war mit damals 4000 Absolventen so gross, dass eine Erweiterung mit einem zusätzlichen Seminartrakt und einem Neubau mit 54 Zimmern sich aufdrängten, um Teilnehmern die Möglichkeit zu bie-



ten, gleich vor Ort weiterlernen und übernachten zu können.

**Erstes Hotel ziert den Campus**

Zumal sich St. Gallen zwar dem Seminartourismus verschrieben hat, aber die damit verbundenen Anlässe eine Kumulierung von Gästen bewirkt, die so gross ist, dass die Absolventen in der gesamten Region verstreut untergebracht werden müssen. Item: Die Kosten für dieses «Bed & Breakfast» beliefen sich auf 25,6 Mio Fr., wobei die HSG-Alumni, die mächtige Organisation der Ehemaligen, mehr als die Hälfte beisteuerte. Und unter den Sponsoren finden sich illustre Namen wie Thomas

Schmidheiny oder Ernesto Bertarelli. In den Neubau integriert sind ein Bistro, eine Lobby und ein Wellnessbereich. Der frühere Chef der Bildungsdirektorenkonferenz, Hans Ulrich Stöckling, nennt den neuen Campus einen «Leuchtturm in der hart umkämpften Weiterbildungslandschaft».

**Institution steht im Mittelpunkt**

Stichwort Weiterbildungslandschaft: Peter Gomez, einer der treibenden Kräfte hinter dem Ausbau des Weiterbildungsangebotes und dem dazugehörigen Anschluss an

internationale Standards – immerhin steht die HSG im Ringen um die Spitzenplätze beim European Business School Ranking der London Business School, dem INSEAD oder dem IMD gegenüber –, weist darauf hin, dass im heillosen Durcheinander der Angebote immer weniger die Frage gestellt wird, welches Zertifikat erworben worden ist. «Vielmehr steht im Mittelpunkt, durch welche Institution es verliehen wird.»

Damit ist der wunde Punkt der derzeitigen Diskussion um die gesamte Palette an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in Europa und anderswo angesprochen. Bei der ES-HSG operiert man hier mit nackten Zahlen, um den erfolgreichen Weg, der besritten wird, zu dokumentieren. «Der Markt gibt uns Recht: Die meisten europäischen Executive Schools haben in den letzten Jahren ein Umsatzwachstum von rund 10% ausgewiesen. Wir haben allein im vergangenen Jahre 25% zugelegt.»

Auch Matthias Straetling bestätigt, dass man trotz Wirtschaftskrise gut dastehe. «Wir planen dieses Jahr wiederum ein beträchtliches Wachstum», sagt er. Einzig im Bereich firmenspezifischer Weiterbildung – darunter werden «A la carte»-Angebote für Unternehmen

verstanden – seien infolge der Krise Umsatzeinbussen zu verzeichnen. Was damit zusammenhängen dürfte, dass in allen Betrieben gegenwärtig über die Bücher gegangen wird, wenn es um die Kosten der zusätzlichen Aus- und Weiterbildungsaufgaben geht.



SUSANN BASLER

**«Das Baukastensystem ermöglicht es, über einen längeren Zeitraum einen Abschluss zu erwerben.»**

Peter Gomez  
 Dean ES-HSG, St. Gallen





Die berühmteste Formel der Welt ist  $E = mc^2$ . Die neue Formel für die Weiterbildung an der Universität St. Gallen lautet Baukastensystem – dadurch werden alle Einzelelemente untereinander anrechenbar gemacht.

NACHGEFRAGT

## «Weiterbildung ist notwendiger denn je»

Urs Fueglistaller ist geschäftsführender Direktor des **Schweizerischen Instituts für Klein- und Mittelunternehmen (KMU)** an der Universität St. Gallen.

*Überall scheint Sparen angesagt, spüren Sie das auch bei den Buchungen für Weiterbildungen bei den KMU, die ja durch die Krise doppelt gebeutelt werden?*

**Urs Fueglistaller:** «Doppelt gebeutelt» ist vielleicht etwas übertrieben. Nicht alle KMU sind durch die Krise gleich tangiert. Um aber zur Frage zurückzukommen: Viele Unternehmer haben sich in den letzten drei Jahren keine Zeit für ihre Weiterbildung genommen, weil sie zu sehr im Tagesgeschäft eingebunden waren. Jetzt realisieren sie, dass dieses Thema nicht mehr auf die lange Bank geschoben werden darf, wenn sie ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern wollen. Das ist notwendiger denn je.

*Was heisst das konkret?*

Fueglistaller: Dass die Zeiten der lockeren Seminarferien längst vorbei sind. Was Führungskräfte jetzt brauchen, sind handfeste Konzepte und direkter Transfer des Wissens in ihre Praxis.

Deshalb haben wir uns die konsequente Orientierung auf Weiterbildungsplattformen auf die Fahne geschrieben, die auf diese Bedürfnisse ausgerichtet sind.

*Besteht nicht die Gefahr, dass der Hype im Weiterbildungsbereich inflationäre Züge annimmt?*

Fueglistaller: In der Tat ist das Angebot mittlerweile sehr vielfältig, was ja an und für sich nur positiv ist. Mit der Vielfalt geht aber immer auch ein wenig die Orientierung verloren. Wichtig ist deshalb, dass bewährte Konzepte gesucht werden und



URS  
FUEGLISTALLER

dass auf Institutionen mit KMU-Erfahrung aufgebaut wird, denn die Sprache in KMU ist vielmals eine andere als die von Lehrbüchern für Grossunternehmen. Zentral ist die anschliessende Umsetzung in die Praxis.

*Weiterbildung kann unternehmensspezifisch gehandhabt wer-*

*den. Spüren Sie diesbezüglich einen Unterschied bei grösseren und kleineren Firmen?*

Fueglistaller: Grosse Firmen kürzen in Krisenzeiten noch relativ rasch einmal die Weiterbildungsbudgets, die sie oft in Inhouse-Seminaren einsetzen. KMU wiederum nutzen meist öffentlich ausgeschriebene Seminare. Der Entscheid, ob eines gebucht wird, hängt in seltenen Fällen von irgendwelchen vorgegebenen Budgets ab, sondern basiert auf individuellen Entscheidungen. Das kommt uns jetzt zugute.

*Alle bilden sich heute weiter. Wer sagt den Ausbildungswilligen, was sie wirklich brauchen?*

Fueglistaller: Auf die eine oder andere Weise stimmt «alle». Aber jeder muss sich seinen eigenen Weg suchen, der zu ihm passt. Mein Kredo an die Unternehmer: Treten Sie in Kontakt mit den Anbietern und lassen Sie sich beraten. Dabei können Sie einen ersten Eindruck über den Anbieter erhalten. Wichtig ist, dass Sie Ihre Bedürfnisse und Erwartungen formulieren.

INTERVIEW: MÉLANIE  
KNÜSEL-RIETMANN