

# Internationaler Karriere-Kick

Die HSG richtet sich zunehmend auf die Bedürfnisse transnational tätiger Firmen aus

*Wer an der HSG oder einer anderen führenden europäischen Wirtschaftsuniversität studiert, soll sich dank des Cems-Programms künftig auch in einem internationalen Umfeld bewähren können.*

MÉLANIE KNÜSEL-RIETMANN

Er gehört zu den Meinungsträgern der sogenannten Grands Ecoles in Frankreich. So werden jene Hochschulen genannt, an denen die künftigen CEOs ausgebildet werden: Bernard Ramanantsoa war vergangene Woche Gast der Universität St. Gallen und leitete eine Veranstaltung, die zum Ziel hat, Studierenden der HSG einen guten Start in die Berufswelt zu garantieren. «Ich bin mich gewöhnt, dass mein Name etwas ungewöhnlich ist», sagt er lächelnd. «Aber wissen Sie, Kulturen müssen aufeinander zugehen. Das gilt für Studenten, für Wirtschaftsführer und für uns alle. Wir werden zunehmend vernetzt und müssen aufeinander hören.»

## Für Erstliga-Hochschulen

Er fügt hinzu: «Unsere Studierenden müssen sich gegenüber einer immer härteren Konkurrenz behaupten. Wir sollten ihnen Ge-

legenheit geben, diese Ausgangslage möglichst früh kennenzulernen; das Cems-Programm bietet ihnen optimale Möglichkeiten. Dieses Programm steht für ein internationales Verbindungsnetz von Hochschulen, die in der ersten Liga spielen. Es geht darum, dass Studierende überall auf der Welt Wurzeln schlagen können.» Bernard Ramanantsoa strahlt Zuversicht aus. «Unsere Absolventen bewähren sich dann am besten, wenn wir sie in einem internationalen Umfeld tummeln lassen.»

Für HSG-Rektor Ernst Mohr ist ebenfalls klar, dass das Cems-Programm auf die Bedürfnisse der künftigen Leader ausgerichtet sein muss. Auch er betont: «Wir können unseren Studierenden am besten helfen, wenn sie sich auch ausserhalb unserer Universität bewähren und Erfahrungen sammeln können.»

Thomas Bieger, der die internationalen Verbindungen der HSG betreut, erwähnt einen Punkt, der speziell für St. Gallen wichtig ist: «Da ist oft die Rede von Standortmarketing. Unsere Universität und ihre Ausstrahlung sind ein Teil davon. Wir sind ein Imageträger erster Güte. Daher haben Veranstaltungen wie die unsere einen wichtigen Anteil an

der Wirkung der Marke St. Gallen.»

## Mehrgleisiges Netzwerk schaffen

Jacqueline Küng, die im Hintergrund für die von vielen Vertretern aus der Wirtschaft, aus dem Universitätsbereich und der Politik besuchten Veranstaltung verantwortlich war, bringt auf den Punkt, was solche Events bringen sollen. «Letztlich geht es doch darum, ein Netzwerk zu schaffen, das nicht eingleisig, sondern mehrgleisig ist.» Diese Überlegungen schimmerten an dieser Veranstaltung in Gesprächen mit vielen Teilnehmerinnen und Teilnehmern immer wieder durch.

## Bar-Walk durch die Innenstadt

Der Cems-Vorstand der HSG unterstützt die Aktion «Fight hunger: Walk the World» der UNO. Am vergangenen Samstag wurde ein Bar-Walk durch die Innenstadt organisiert und dabei gesponserte Preise versteigert. Am Sonntag führte eine Wanderung nach Appenzell. So kamen über 2000 Franken für das World Food Programme zusammen. (pd/rbe)