LU06b - SWOT Analyse

Lernziele

1. Begriff SWOT erläutern können
2. Motivation und Zielsetzung der SWOT-Analyse erklären können.
3. Durchführung einer SWOT-Analyse vorbereiten können.

Einleitung

Innovations- und veränderungsfreudige Unternehmen weisen eine ganze Reihe von spezifischen Merkmalen auf, die als Indikatoren für das Vorhandensein einer innovationsfördernden Unternehmenskultur angesehen werden können […]. Umgekehrt weisen innovationsfeindliche Unternehmen unter anderem die nachfolgenden Merkmale auf:

- ausgeprägtes Hierarchiedenken und -bewusstsein
- starke Orientierung an den einzelnen Abteilungs- und Bereichszielen
- Scheu vor Risiken

Im Kern geht es darum dort zu bleiben, wo man ist, weil Veränderung das Risiko auf Verlust mit sich bringt. Das damit auch Chancen vertan werden, wird dabei ausser Acht gelassen.

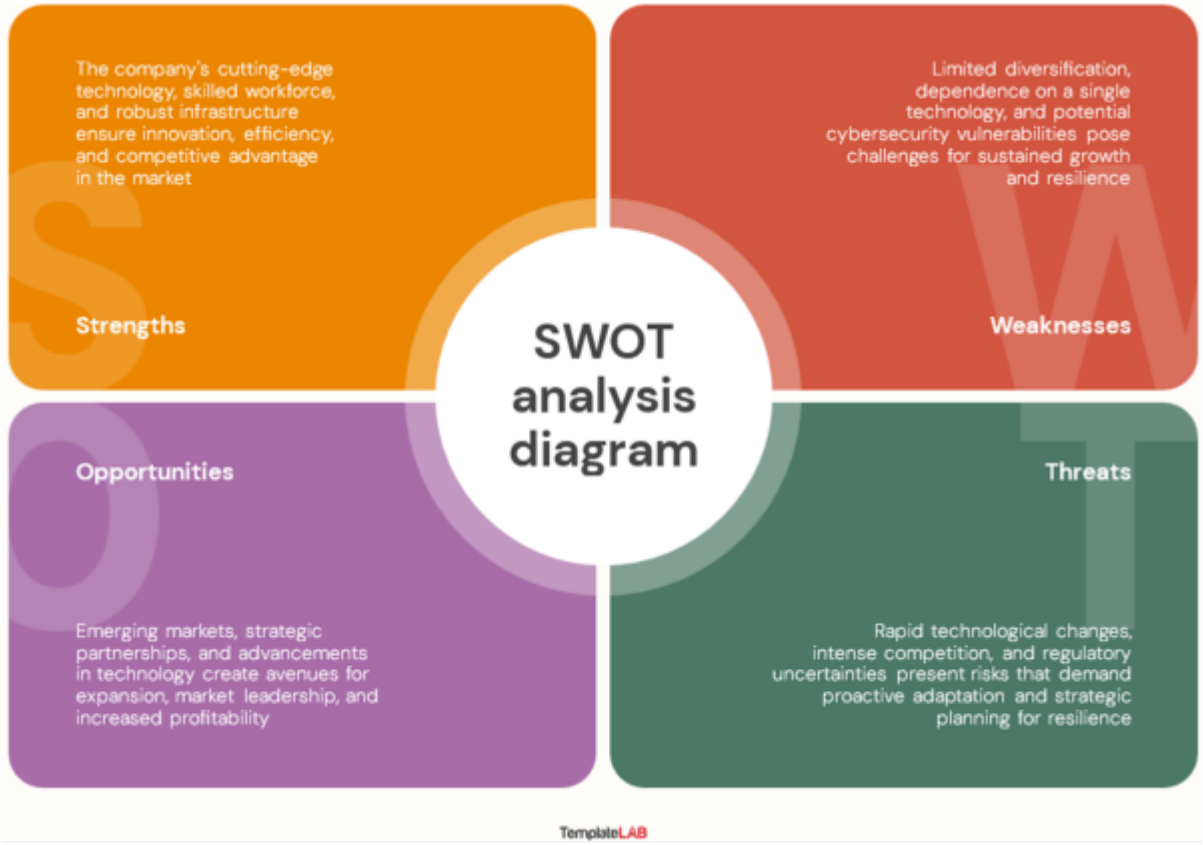


Abbildung 1: SWOT-Matrix mit den vier Einflussbereichen

Die SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse ist ein strategisches Planungswerkzeug, das verwendet wird, um die Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen (Risiken) eines Projekts, einer Organisation oder in einem Geschäftsszenario zu identifizieren und zu analysieren. SWOT steht für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Bedrohungen). Diese Methode hilft Entscheidungsträgern, interne und externe Faktoren zu erkennen, die den Erfolg beeinflussen können, und unterstützt bei der Formulierung von Strategien, um die Position einer Organisation zu verbessern oder ein Projekt erfolgreich umzusetzen.

- **Stärken (Strengths) ** * Definition: Interne Attribute und Ressourcen, die zur Unterstützung des Erreichens von Zielen beitragen. * Beispiele: Spezialisiertes Know-how, starke Marken, gute Beziehungen zu Kunden, ein motiviertes Team, technologische Vorteile, finanzielle Ressourcen. * **Schwächen (Weaknesses)**
    - Definition: Interne Faktoren, die eine Organisation oder ein Projekt behindern könnten.
    - Beispiele: Mangel an Fachkenntnissen, begrenzte Ressourcen, schwache Markenwahrnehmung, interne Prozessdefizite.
- **Chancen (Opportunities)**
    - Definition: Externe Faktoren, die genutzt werden könnten, um die Zielsetzung zu unterstützen oder den Erfolg zu steigern.
    - Beispiele: Markttrends, technologische Entwicklungen, Veränderungen in der Gesetzgebung, neue oder wachsende Märkte.
- **Bedrohungen (Threats)**
    - Definition: Externe Herausforderungen, die den Erfolg eines Projekts oder die Stabilität einer Organisation gefährden könnten.
    - Beispiele: Wettbewerb, negative Marktrends, politische Unsicherheiten, technologische Veränderungen, die bestehende Lösungen obsolet machen.

Durchführung einer SWOT-Analyse

1. Vorbereitung: Sammeln von Informationen über interne Ressourcen und externe Umgebungen.
2. Brainstorming: Identifikation der spezifischen Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen.
3. Analyse: Bewertung, wie diese Faktoren die Ziele beeinflussen können.
4. Strategieentwicklung: Formulieren von Strategien, um Stärken und Chancen zu nutzen, Schwächen zu minimieren und Bedrohungen zu begegnen.

Die SWOT-Analyse bietet einen Rahmen für eine umfassende strategische Analyse, die Entscheidungsträgern hilft, die Position einer Organisation zu verstehen, strategische Ziele zu setzen und Maßnahmen zu planen. Sie fördert strategisches Denken und hilft dabei, proaktiv auf Veränderungen in der internen und externen Umgebung zu reagieren.

Umgang mit dem Ergebnis

Gemäss Matrix gibt es grundsätzlich vier mögliche Strategien:

- S-O-Strategie

- S-T-Strategie
- W-O-Strategie
- W-T-Strategie



Wobei die zentrale Frage darauf abzielt, ob wir unsere «Stärken stärken» oder unsere «Schwächen schwächen» wollen.

S-O-Strategie = Ausbauen

S-O steht für Strength–Opportunities, fokussiert sich auf die Stärken und Chancen für das Unternehmen, und zielt darauf ab die Stärken des Unternehmens zu stärken.

Beispiele Zu den Stärken deines Unternehmens zählen erfolgreiche Marketingkampagnen. Eine Chance, die Ihr Unternehmensumfeld bietet, ist, dass das Produkt aktuell im Trend liegt. Deswegen sollten Sie Ihre Stärke — das erfolgreiche Marketing — weiter ausbauen, damit die Leute dein Produkt und nicht das der Konkurrenten kaufen.

S-T-Strategie = Absichern

S-O steht für Strength-Threats und . Dabei konzentrieren wir uns darauf, wie wir die Risiken des Marktes mit entsprechenden Stärken unseres Unternehmens kompensieren können. D.h. Die Risiken werden durch entsprechenden Gegenmassnahmen abgesichert.

Beispiele Eine Stärke Ihres Unternehmens ist das exzellente Know-How Ihrer Mitarbeitenden. Zurzeit kommen aber einige neue Konkurrenten auf den Markt hinzu — ein Risiko. Durch die Stär-ke — das Wissen Ihrer Mitarbeitenden wissen, was sie tun — haben Sie einen Vorteil gegenüber der neuen Konkurrenz. So ist das Risiko weniger bedrohlich für Ihr Unternehmen als Sie zu Beginn vermutet haben.

W-O-Strategie = Aufholen

W-O steht für Weakness-Opportunities. Bei den Schwächen und Chancen schauen Sie sich an, welche

Schwächen Sie verbessern können, damit Sie die Chancen Ihres Umfeldes besser nutzen können. Sie verbessern sich also in Ihren Schwächen, damit sie zu Stärken werden.

Beispiele Ihr Produkt hat die Schwäche, dass es wenig nachhaltig ist. Sie könnten in dem Bereich aber aufholen und es nachhaltiger produzieren. Den Nachhaltigkeitsaspekt — der in der Gesellschaft immer wichtiger wird — könnten Sie dann für sich nutzen.

W-T-Strategie = Vermeiden

W-T steht für Weakness-Threats. Bei dieser Strategie schauen wir, welche Schwächen Ihres Unternehmens auf welche Risiken aus dem Unternehmensumfeld zusammentreffen. Alle Aspekte, die in diese Kategorie fallen, stellen eine große Gefahr für Ihr Unternehmen dar. Deswegen sollten Sie solche Gegebenheiten unbedingt vermeiden.

Beispiele Ihr Unternehmen hat die Schwäche, dass es aktuell in einer eher schlechten finanziellen Lage ist. Gleichzeitig sinkt auch das Preisniveau. Das beeinträchtigt Ihre finanzielle Lage noch stärker. Deswegen ist es wichtig, dass Sie solche Schwächen-Risiken-Kombinationen frühzeitig erkennen, damit sie gar nicht erst eintreten.

Quellen

- Theorie: https://studyflix.de/wirtschaft/swot-analyse-234

Volkan Demir

From:
https://wiki.bzz.ch/ - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:
https://wiki.bzz.ch/modul/m241/learningunits/lu06/theorie/02?rev=1763364819

Last update: **2025/11/17 08:33**