

## Die SWOT-Analyse

*Dein Führungs-Werkzeug zur Zukunftsgestaltung deines Unternehmens, deiner Projekte, deiner Mitarbeiter und zuletzt auch von dir selbst.*

### **S.W.O.T. steht für:**

- **S**trengths = Stärken
- **W**eaknesses = Schwächen
- **O**pportunities = Chancen
- **T**hreats = Risiken

**Die SWOT-Analyse dient der soliden Bestandsaufnahme und Analyse deiner unternehmerischen Ist-Situation. Daraus leitest du schlussendlich die bestimmende Leit-Idee (Strategie), Ziele und Maßnahmen ab.**

Zuerst beginnst du mit den Stärken. Bündeln sich Erfahrungen im Unternehmen? Verfügt das Unternehmen über besondere Kenntnisse... hat Eigenmarken? Welche Stärken sollen herausgestellt werden? Anschließend erfasst du vorhandenen Schwächen. Ist die Fluktuation zu hoch? Improvisiert ihr bei dem Prozesse?

Was die SWOT-Analyse besonders macht, ist, dass sie dir in einer Gesamtdarstellung hilft, Chancen und versteckte Fähigkeiten aufzuspüren, welche du zum Vorteil deines Unternehmens verwenden kannst. Mit besserem Verständnis der Schwächen deines Unternehmens gelingt es dir Bedrohungen frühzeitig zu erkennen, besser einzuschätzen und rechtzeitig zu beseitigen.

Auch kannst du deine Marktsituation beurteilen und verbessern, indem du dein eigenes Unternehmen, mit dem von Konkurrenten vergleichst. Du erkennst, worin du dich unterscheidest, kannst Alleinstellungen herausarbeiten und dich damit erfolgreich von der Konkurrenz absetzen.

Bereits 1960er Jahren wurde das Tool an der Harvard Business School zur Anwendung in Unternehmen entwickelt und gilt heute als eines der machbarsten Methoden zur Standortbestimmung.

**Schreib dir deine spontanen Gedanken dazu auf:**

---

---

---

**Anregungen für dich:**

<b>Stärken:</b> Über welche Stärken verfügen wir?	<b>Chancen:</b> Welche Chancen bieten sich für meine Firma?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• in der Organisation / Abläufe</li> <li>• im Kontext der Zulieferer</li> <li>• bei Menschen / Teams</li> <li>• im Bereich der Finanzen</li> <li>• im Bereich der Produkte/Leistung</li> <li>• in Bezug auf Führungsstrukturen</li> <li>• in Sachen Kompetenz / Erfahrung</li> <li>• in Sachen MA Zufriedenheit</li> <li>• in Sachen Preis-/ Leistung</li> <li>• in Sachen Qualitätssicherung</li> <li>• im Marketing</li> </ul>	<p>Beschreibe die Chancen so ausführlich, dass ein Zielbild daraus entsteht.</p> <p>Chancen sind z.B. auch Kooperationen, ungenutzte Fähigkeiten eines Mitarbeiters, Adresspools usw.</p>
<b>Schwächen:</b> Welche Schwächen existieren wirklich?	<b>Gefahren:</b> Welche Risiken gilt es zu minimieren?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• in der Organisation / Abläufe</li> <li>• im Kontext der Zulieferer</li> <li>• bei Menschen / Teams</li> <li>• im Bereich der Finanzen</li> <li>• im Bereich der Produkte/Leistung</li> <li>• in Bezug auf Führungsstrukturen</li> <li>• in Sachen Kompetenz / Erfahrung</li> <li>• in Sachen MA Zufriedenheit</li> <li>• in Sachen Preis-/ Leistung</li> <li>• in Sachen Qualitätssicherung</li> <li>• im Marketing</li> </ul>	<p>Beschreibe die Risiken so ausführlich, dass deutlich wird, welcher Schaden oder Nachteil entstehen könnte.</p> <p>Risiken sind z.B. auch Lieferengpässe, Finanzschwäche</p>
<b>Welche Leit-Idee (Strategie), Ziele und Maßnahmen verfolgen wir:</b>	
Empty space for the user to write their strategy, goals, and measures	

**Konkretes Beispiel:**

Stärken: Über welche Stärken verfügen wir?	Chancen: Welche Chancen bieten sich für meine Firma?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilität, Wendigkeit</li> <li>• Einkaufsautarkie</li> <li>• Eigenmarken</li> <li>• Direktvertriebs-Know-how</li> <li>• Erfahrung</li> <li>• IT-Infrastruktur</li> <li>• Interner Wettbewerb / Benchmarks</li> <li>• Organisations-Flexibilität</li> <li>• Team lernfähig, motiviert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkte sind zeitlos</li> <li>• viele Märkte offen</li> <li>• Internationalisierung</li> <li>• Geschäfts-Modell attraktiv für gute Vertriebspartner</li> <li>• Intelligente Kooperationen</li> <li>• Konservative Wettbewerber</li> <li>• Mittelstands-Struktur Wettbewerber</li> <li>• Neue pädagogische Konzepte</li> </ul>
Schwächen: Welche Schwächen existieren wirklich?	Gefahren: Welche Risiken gilt es zu minimieren?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenfertigung = Qualität? Risiko?</li> <li>• Funktionale Defizite (Rechnungswesen)</li> <li>• interne Prozesse improvisiert</li> <li>• Keine Regional-Multiplikatoren</li> <li>• Kommunikation intern/extern</li> <li>• Mangelhafte BW-Transparenz</li> <li>• Vertriebs-Kapazität</li> <li>• Keine Multiplikatoren</li> <li>• Fluktuation Vertriebspartner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umweltschutz-Vorschriften</li> <li>• Allianz Wettbewerb / Hersteller Anti Musterfirma</li> <li>• Finanzamt / Steuer-Nachforderungen</li> <li>• nicht genügend qualifizierte Vertriebspartner</li> <li>• restriktives Handels-Vertreter-Recht</li> <li>• Verleumdung. Angriffe</li> <li>• Rückgang Potential (Kinderzahl!)</li> <li>• Personen-Abhängigkeit Vertriebspartner</li> <li>• Demographischer Wandel (weniger Kinder)</li> </ul>

**Leit-Idee:** Commitment 2023: 1,96 Mio. Ums., 10 % Rendite.

Das Musterfirma-Geschäftsmodell hat den Charakter eines typischen Struktur-Vertriebs. Die Expansionsgeschwindigkeit wird deshalb limitiert durch die Zielrendite von 10 % und einer jährlichen pro Kopf-Umsatz-Steigerung von mindestens 3 %.

**Maßnahmen:** Zielgruppe:  
 Organisation:  
 Sortiment:  
 Vertrieb:  
 Finanzen:

**Raum für dich:**

<b>Stärken</b>	<b>Chancen</b>
<b>Schwächen</b>	<b>Gefahren</b>
<b>Erste Gedanken zur Leit-Idee (Strategie), Ziele und Maßnahmen</b>	