

Stärken und Chancen nutzen, Schwächen und Gefahren mindern

Effektive und unmittelbar einsetzbare betriebswirtschaftliche Instrumente sind in einem immer bewegteren Umfeld für KMU zunehmend wichtiger für den wirtschaftlichen Erfolg. Die SWOT-Analyse stellt eines dieser wirkungsvollen Instrumente dar und unterstützt Unternehmen, den strategischen Handlungsbedarf festzulegen. Gerade im aktuellen Umfeld ist eine klare Navigation von enormer Bedeutung.

Die SWOT-Analyse eignet sich zur Analyse und übersichtlichen Darstellung verschiedenster Situationen oder Problemen von Unternehmen. Die vier Buchstaben SWOT stehen für:

| | | | |
|----------|---------------|---|-----------|
| S | Strenghts | = | Stärken |
| W | Weaknesses | = | Schwächen |
| O | Opportunities | = | Chancen |
| T | Threats | = | Gefahren |

Wird die SWOT-Analyse für die Situationsanalyse eines Unternehmens verwendet, decken die Stärken und Schwächen den Bereich des Unternehmens und die Chancen und Gefahren den Bereich des Umfelds ab. Durch die Stärken-Schwächen-Analyse und die Chancen-Gefahren-Analyse können Strategien für das Unternehmen abgeleitet werden.

Die wichtigsten Resultate einer SWOT-Analyse werden in einer Matrix dargestellt:

| | | |
|----------------|---------------------|-----------------------|
| Chancen | S Stärken | W Schwächen |
| | O Chancen | T Gefahren |
| Umfeld | | |

Im kleinen Team der Sache auf den Grund gehen

Sie erarbeiten eine SWOT-Analyse am besten in einer Kleingruppe von vier bis sechs Personen. Gehen Sie dabei wie folgt vor:

1. Festlegung des Problemfeldes

Legen Sie das Problemfeld fest, das Sie analysieren wollen (z.B. zukünftige Ausrichtung des Unternehmens). Die Problemstellung muss für alle am Analyseprozess beteiligten Personen greifbar sein.

2. Beantwortung der Fragen

Stellen Sie dem Team sachliche wie auch persönliche Fragen zur Problemstellung aus den vier SWOT-Bereichen. Nachfolgend finden Sie zu jedem Bereich mögliche Fragen, die Sie jeweils mit spezifischen Fragen zu Ihrer Situation ergänzen können:

Stärken (S)

- Welche besonderen Fähigkeiten oder Stärken zeichnen uns aus?
- Was läuft befriedigend und erzielt gute Resultate? Warum?
- Worauf sind wir besonders stolz? Welche Erfolge konnten wir feiern?
- Welches sind unsere wichtigsten Marktleistungen?
- Welche Stärken oder Marktleistungen vermögen die Marktposition auszubauen?
- Was treibt uns an?

Schwächen (W)

- Was läuft nicht reibungslos?
- Wo liegen unsere Schwächen, Unzulänglichkeiten, Schwierigkeiten, Schwachstellen?

- Welche Barrieren, Störungen, Fallen behindern uns (Hintergründe, verborgene Widerstände)?
- Was führt häufig zu Spannungen, Reklamationen, Enttäuschungen, Konflikten?
- Welches sind die kritischen Problemstellungen, die gelöst werden müssen?
- Was fehlt uns? Welche besonderen Schwachstellen müssen behoben werden?

Chancen (O)

- Welches sind unsere künftigen Chancen und Gelegenheiten?
- Welche Chancen ergeben sich aus der Entwicklung unserer Märkte und des übrigen Umfelds?
- Welche bekannten Chancen liegen brach?
- Wie können wir unsere Fähigkeiten und Stärken noch breiter nutzen?
- Welches Potenzial können wir noch deutlicher ausschöpfen?
- Was können wir konkret verbessern? Wozu wären wir zusätzlich fähig?

Gefahren (T)

- Welche Schwierigkeiten kommen auf uns zu? Wo lauern künftige Gefahren?
- Was sind potenzielle Risiken?
- Welche Entwicklungen in unserem Umfeld könnten uns wann und in welcher Form bedrohlich werden?
- Was passiert, wenn alles so bleibt wie es ist?
- Welche Probleme könnten in einem zur Zeit problemfreien Bereich auftreten?
- Womit müssen wir im schlimmsten Fall rechnen?



| | | |
|-----------------------|--|--|
| Unternehmen Umfeld | S – Stärken | W – Schwächen |
| O – Chancen | Stärken/Chancen-Strategien: Wie die Stärken gebrauchen, um die Chancen zu nutzen? | Schwächen/Chancen-Strategien: Wie mit den Schwächen umgehen, um die Chancen zu nutzen? |
| T – Gefahren | Stärken/Gefahren-Strategien: Wie die Stärken einsetzen, um die Gefahren zu bewältigen? | Schwächen/Gefahren-Strategien: Wie mit den Schwächen umgehen, um die Gefahren zu bewältigen? |

Auswertung und Dokumentation

Bereinigen Sie die gewonnenen Resultate und tragen Sie diese in die SWOT-Matrix ein. Danach beurteilen Sie die Wichtigkeit der einzelnen Punkte und nehmen eine Gewichtung vor. Ordnen Sie die Punkte aufgrund der Gewichtung und heben Sie die wichtigsten Punkte hervor.

SWOT-Kombinationen

Untersuchen Sie Ihre SWOT-Matrix nach so genannten SWOT-Kombinationen. Dabei geht es um Punkte aus den verschiedenen SWOT-Feldern, welche zueinander passen. Gibt es z.B. eine Stärke, die auf eine Marktchance trifft, spricht man von einer Stärken/Chancen-Kombination. Es stellt sich dabei die strategische Frage, wie die Stärke genutzt werden kann, um die sich bietende Chance zu nutzen. Die Antwort darauf ist eine sogenannte Stärken/Chancen-Strategie.

Ein wirkungsvolles Instrument

Die SWOT-Analyse stellt ein wirkungsvolles Instrument für die Festlegung des strategischen Handlungsbedarf dar. Die übersichtliche Darstellung hilft, einen umfassenden Überblick zu erhalten, um sich anschliessend auf die wichtigsten Faktoren und SWOT-Kombinationen zu konzentrieren. Die Integration der Sichtweisen Umfeld und Unternehmen unterstützt Sie, Stärken und Chancen Ihres Unternehmens zu maximieren sowie dessen Schwächen und Gefahren zu minimieren.

Weiterlesen

Der vorliegende Beitrag stammt aus der vierten Auflage von «Der Businessplan – Von der Idee zur Umsetzung». Dieses praxisnahe Handbuch beschreibt, wie mit Hilfe von vier aufbauenden Workshops ein professioneller Businessplan erarbeitet wird. Die Workshops werden durch Tools, Checklisten, Praxistipps und Arbeitspapiere auf CD-ROM begleitet. Nebst der SWOT-Analyse werden weitere nützliche Instrumente für den Einsatz in KMU erklärt.

Franco Dorizzi, Pascal O. Stocker



**Der Businessplan
Von der Idee zur Umsetzung**

4. Auflage 2011
244 Seiten, broschiert
inkl. CD-ROM, CHF 58.–
ISBN 978-3-286-51264-1
Bezug: Verlag SKV
www.verlagskv.ch

Pascal O. Stocker

Eidg. dipl. Betriebsökonom FH
MAS Corporate Finance

Pascal O. Stocker ist geschäftsführender Inhaber der Periscope AG sowie Inhaber und Verwaltungsratspräsident der Wyrsch Unternehmenschule AG. Beide Unternehmen habe sich der Entwicklung und Förderung von Unternehmen und Unternehmern verschrieben. Zu den Kunden gehören vornehmlich kleinste und kleine Unternehmen (KKU). Zu seinen Spezialitäten gehören Businessplan, Strategie und Nachfolgeregelung. Zuvor besetzte Pascal O. Stocker Führungspositionen im Verkauf, Marketing sowie in der Unternehmensentwicklung in der Konsumgüter- und Reiseindustrie. Als nebenberuflicher Dozent unterrichtet er an verschiedenen Hoch- und Fachschulen. Er ist Mitautor des im Verlag SKV erschienenen Fachbuchs «Der Businessplan – Von der Idee zur Umsetzung».

pascal.stocker@periscope.ch
www.periscope.ch
www.unternehmenschule.ch