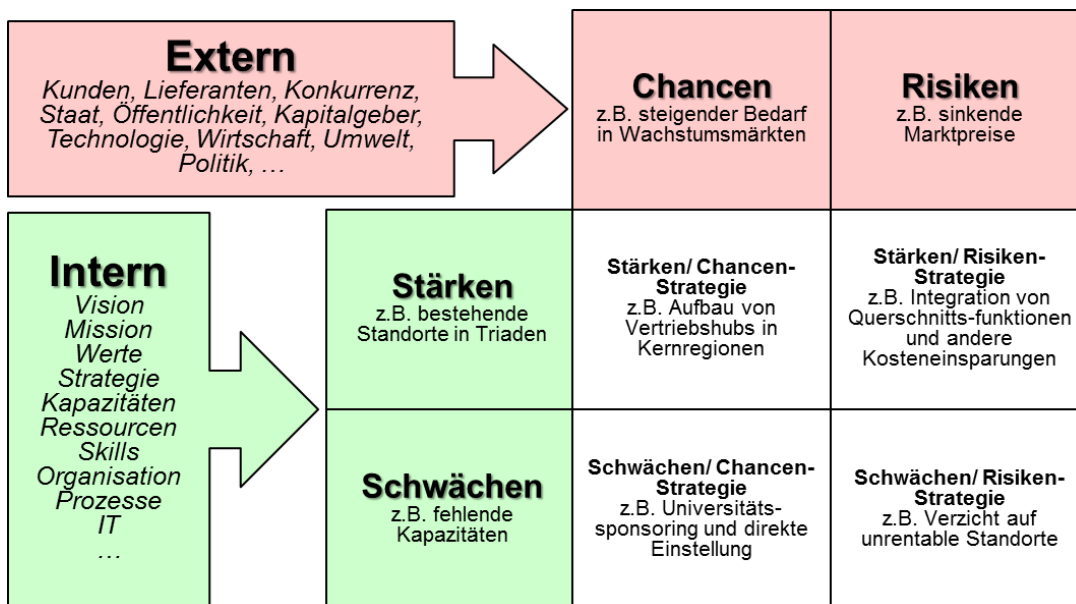


# SWOT

SWOT ist die Abkürzung für Strength (Stärke), Weakness (Schwäche), Opportunity (Chancen) und Threat (Risiko). Es bietet eine effektive Möglichkeit, um Handlungsfelder zu identifizieren und Maßnahmen zu planen. Dafür werden interne und externe Elemente gesammelt, und als positiv (Stärken/Chancen) oder negativ (Schwächen/Risiken) bewertet. In Gruppen benötigt die Diskussion der Elemente Zeit, um zu einer gemeinsamen Bewertung zu kommen. Die entstehenden vier Listen bilden das SWOT-Portfolio, in dem ermittelte Strategien gesammelt werden.

SWOT gliedert sich in Intern (Stärke/ Schwäche), Extern (Chance/Risiko) sowie die sich ergebenden Strategiefelder (d.h. Stärken/Chancen-, Stärken/Risiken-, Schwächen/Chancen- und Schwächen/Risiken-Strategie).



- **Intern**

Interne Elemente sind grundsätzlich wertfrei und werden durch die Bewertung der jeweiligen Situation zu Stärken oder Schwächen. Mögliche Stärken/Schwächen sind unter anderem Qualität, Vielfalt, Preise, Ressourcen, Kultur, Organisation.

- **Stärken**  
lassen sich durch folgende Fragen ermitteln: Was sind unsere wesentlichen drei Stärken? Welche drei Stärken werden von Kunden, Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit besonders hervorgehoben? Worauf sind wir besonders stolz?
- **Schwächen**  
lassen sich durch folgende Fragen ermitteln: In welchen drei Bereichen fühlen wir uns schwach? Welche drei Aspekte werden immer wieder von Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit bemängelt? Welche drei Ergebnisse sind uns unangenehm?

- **Extern**

Die externen Elemente sind grundsätzlich wertfrei und werden durch die Bewertung in der jeweiligen Situation zu Chancen und Risiken. Mögliche Chancen/Risiken sind unter anderem Markt, Branchen, Produktbereiche, Arbeitsmarkt, Wirtschaftslage, politische Situation.

- **Chancen**  
lassen sich durch folgende Fragen ermitteln: Welche drei Veränderungen bieten Verbesserungsmöglichkeiten? Welche drei Trends sind vielversprechend?
- **Risiken**  
lassen sich durch folgende Fragen ermitteln: Welche drei Risiken beschäftigen uns schon länger? Welche drei Aspekte bedrohen uns in der Zukunft? Welche drei Strategien verfolgen die Wettbewerber?



Geführt ist nicht erkannt; erkannt ist nicht thematisiert; thematisiert ist nicht konzipiert; konzipiert ist nicht formuliert; formuliert ist nicht wahrgenommen; wahrgenommen ist nicht verstanden; verstanden ist nicht einverstanden; einverstanden ist nicht getan; getan ist nicht gekonnt.

- **Strategiefelder**

Die Strategiefelder beschreiben die Maßnahmen, die als Reaktion auf die internen und externen Elemente benötigt werden.

- **Stärken/Chancen-Strategie**  
In diesem Bereich werden Maßnahmen definiert, die die günstigen Rahmenbedingungen langfristig sichern. Hierbei helfen die folgenden Fragen: Wie können wir unsere Stärken in weiteren Bereichen nutzen? Wie entwickeln wir drei zusätzliche Stärken zur Nutzung der Chancen?
- **Stärken/Risiken-Strategie**  
In diesem Bereich werden Maßnahmen definiert, die die vorhandenen Stärken trotz der Risiken nutzen. Hierbei helfen die folgenden Fragen: Wie können wir drei zusätzliche Stärken entwickeln, um die Risiken zu bewältigen? Wie können Risiken minimiert werden?
- **Schwächen/Chancen-Strategie**  
In diesem Bereich werden Maßnahmen definiert, die vermeiden, dass vorhandene Schwächen die Chancen behindern. Hierbei helfen die folgenden Fragen: Wie nutzen wir die Chancen trotz Schwächen? Wie erweitern wir unsere Strategie zur Nutzung neuer Chancen?
- **Schwächen/Risiken-Strategie**  
In diesem Bereich werden Maßnahmen definiert, die die Nachteile vermeiden, die aufgrund der Schwächen und Risiken den Erfolg gefährden. Hierbei helfen die folgenden Fragen: Wie vermeiden wir dramatische Nachteile aus den Schwächen und Risiken?