



SWOT Analyse



Die SWOT-Analyse (SWOT steht für Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) ist ein bewährtes Instrument in der Geschäftsstrategie und im Marketing, um eine umfassende Bewertung der **internen Stärken und Schwächen** eines Unternehmens sowie der **externen Chancen und Bedrohungen** in seiner Umgebung durchzuführen. Die SWOT-Analyse umfasst in der Regel die folgenden Schritte:

1. Identifizieren der Stärken (Strengths):

- die **internen** positiven Aspekte und Stärken
- **Beispiele:** starke Markenreputation, ein erfahrenes Team, innovative Produkte oder effiziente Prozesse

2. Identifizieren der Schwächen (Weaknesses):

- die **internen** Faktoren
- **Beispiele:** begrenzte Ressourcen, ineffiziente Prozesse, fehlende Kompetenzen oder ungünstige Standorte



3. Identifizieren der Chancen (Opportunities):

- **externe** Faktoren und Umstände, die für das Unternehmen vorteilhaft sind
- **Beispiele:** Markttrends, Technologieentwicklungen, wirtschaftliche Veränderungen oder verändertes Kundenverhalten

4. Identifizieren der Bedrohungen (Threats):

- **externe** Faktoren und Risiken, die das Unternehmen gefährden könnten
- **Beispiele:** Wettbewerbsdruck, rechtliche oder regulatorische Hindernisse, konjunkturelle Schwankungen oder sich verändernde Kundenpräferenzen