

Stärken-Schwächen- und SWOT-Analyse

Kay MÜLLER

kay.mueller@gmail.com

S trengths (Stärken)

W eaknesses (Schwächen)

O pportunities (Chancen)

T hreats (Risiken)

1 Anwendung und Vorgehen

2 Situationsanalyse

2.1 Interne und externe Analyse

2.2 Bsp.: SWOT-Analyse (Nokia)

3 Strategiefindung

3.1 SWOT-Matrix

3.2 Bsp.: SWOT-Matrix (Nokia)

4 Vor- und Nachteile

1 Anwendung und Vorgehen

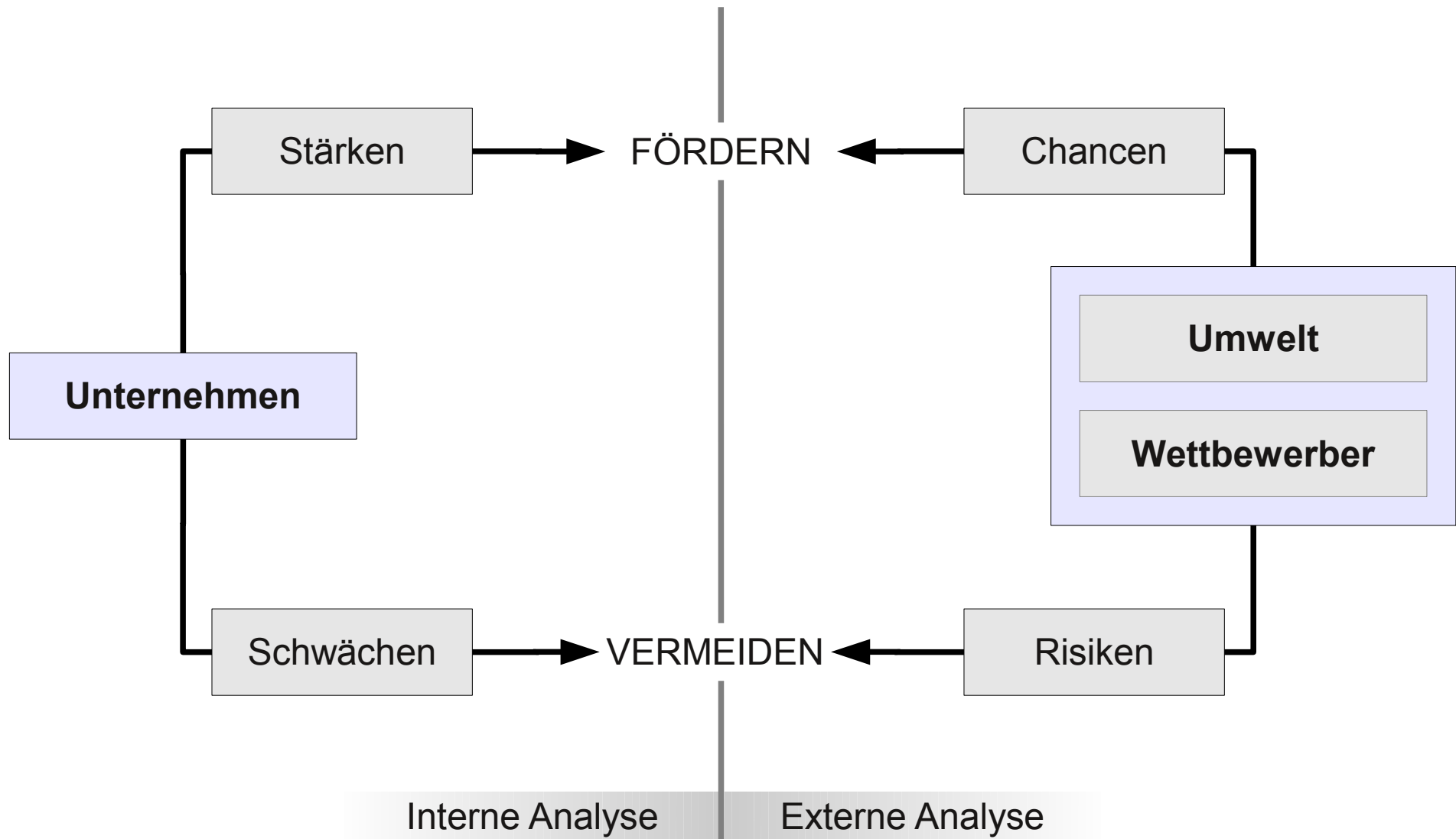
Die SWOT-Analyse ist ein Instrument zur

- **Situationsanalyse**
Vereinigung von *Stärken-Schwächen-Analyse* und *Chancen-Risiken-Analyse*
- **Strategiefindung**

Vorgehen

- Finden von internen und externen Faktoren
- Bewerten der Faktoren
- Ableiten von Strategien aus der Bewertung
- Entscheidung für eine Strategie

2.1 Interne und externe Analyse



2.2 Bsp.: SWOT-Analyse (Nokia)

Faktoren	Beurteilung						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Marktanteil (normale) Mobiltelefone	▲						●
Marktanteil Smartphone	●		+			■	▲
Entwicklungskosten Software	●		▲	+			
Entwicklungskosten Hardware			■		●		+
Qualität Software			●		+	▲	
Qualität Hardware				▲	■	●	

NOKIA
Connecting People

Legende
● Nokia
■ Apple
▲ Google
+

Externe Analyse

Chancen

- Smartphonemarkt die nächsten Jahre wachsend
- Verdienstmöglichkeiten durch „Apps“

Risiken

- Aufteilung des Smartphonemarkts zwischen Apple und Google
- Verschwinden „normaler“ Handys

Stärken

- Auf „normalen“ Handy Markt führend
- Vergleichsweise niedrige HW-Entwicklungskosten
- Vergleichsweise gute HW

Schwächen

- Bei Smartphones weit abgeschlagen
- Vergleichsweise hohe SW-Entwicklungskosten
- Vergleichsweise durchschnittliche SW

Interne Analyse

3.1 SWOT-Matrix

		Interne Analyse	
		Strengths	Weaknesses
Externe Analyse	Opportunities	S-O-Strategien: Ausbauen. Interne Stärken einsetzen und externe Chancen nutzen. <i>Offensivstrategie</i>	W-O-Strategien: Aufholen. Interne Schwächen eliminieren und neue externe Möglichkeiten nutzen.
	Threats	S-T-Strategien: Absichern. Interne Stärken nutzen und externe Risiken vermeiden.	W-T-Strategien: Meiden. Interne Schwächen abbauen und externen Bedrohungen ausweichen. <i>Defensivstrategie</i>

3.2 Bsp.: SWOT-Matrix (Nokia)



		Interne Analyse	
		Strengths	Weaknesses
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ auf „normalen“ Handymarkt führend ▪ niedrige HW-E-Kosten ▪ qualitativ gute HW 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ auf Smartphonemarkt weit abgeschlagen ▪ hohe SW-E-Kosten ▪ qualitativ durchschnittl. SW
Externe Analyse	Opportunities	<p>S-O-Strategien: Auf HW-Entwicklung konzentrieren, SW-Partner finden, SW einkaufen</p>	<p>W-O-Strategien: SW-Entwicklung optimieren (Kosten reduzieren, Qualität steigern)</p>
	Threats	<p>S-T-Strategien: Konzentration auf den „normalen“ Handymarkt („Billiganbieter“/ „Seniorenhandys“)</p>	<p>W-T-Strategien: Eigene SW-Entwicklung konsequent weiterverfolgen, evtl. mehr Geld investieren</p>

4 Vor- und Nachteile

Vorteile

- Einfach zu handhaben
- Intuitiv verständlich
- Auf unterschiedlichen Ebenen anwendbar
- Aktuelle und potentielle, interne und externe Betrachtungsweise

Nachteile

- Hohes Maß an Subjektivität
- Keine Gewichtung der Faktoren
- Keine Quantifizierung
- Wenig Systematik innerhalb der SWOT-Kategorien