umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

VORLAGE ZUM AUSFÜLLEN

SWOT-Analyse

PROJEKT / TEAM

DATUM

VERSION

1 Stärken (intern)

Was können wir besser als andere? Worauf sind wir stolz? Was sagen Kunden über uns?

2 Schwächen (intern)

Wo verlieren wir Kunden oder Zeit? Was fehlt uns an Wissen, Geld oder Leuten?

3 Chancen (extern)

Welche Trends, Technologien oder Regeln spielen uns in die Karten?

4 Risiken (extern)

Was machen Wettbewerber? Was könnte sich am Markt gegen uns drehen?

5 Stärken × Chancen

Mit welchen Stärken nutzen wir welche Chance?

6 Stärken × Risiken

Mit welchen Stärken wehren wir welches Risiko ab?

7 Schwächen × Chancen

Welche Schwäche müssen wir abbauen, um eine Chance zu nutzen?

8 Schwächen × Risiken

Wo treffen Schwäche und Risiko aufeinander? Was tun wir dagegen?

Lizenz: CC BY-SA 4.0

umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

SO GEHST DU VOR

SWOT-Analyse

WOFÜR DIE VORLAGE GUT IST

Die SWOT-Analyse zeigt auf einer Seite, wo ihr steht: innen (Stärken, Schwächen) und außen (Chancen, Risiken). Richtig wertvoll wird sie erst in der unteren Zeile. Dort leitet ihr aus der Kombination konkrete Strategien ab.

SCHRITT FÜR SCHRITT

1. Gegenstand festlegen: ein Produkt, ein Geschäftsbereich oder ein Projekt. Nicht das ganze Unternehmen auf einmal.
2. Stärken und Schwächen sammeln. Ehrlich bleiben, am besten mit Belegen aus Kundenfeedback und Zahlen.
3. Chancen und Risiken von außen sammeln: Markt, Wettbewerb, Technik, Regeln.
4. Je Feld auf die drei bis fünf wichtigsten Punkte kürzen.
5. Untere Zeile ausfüllen: Kombinationen bilden und daraus Maßnahmen ableiten.
6. Maßnahmen mit Verantwortlichen und Termin versehen und nach drei Monaten wieder draufschauen.

TIPPS AUS DER PRAXIS

- Interne Punkte könnt ihr selbst ändern, externe nicht. Wenn ihr bei einem Punkt unsicher seid: Das ist die Prüffrage.
- Holt Leute aus Vertrieb und Kundenservice dazu. Die kennen die Schwächen meist am besten.
- Lieber konkret als allgemein: „Lieferzeit 10 Tage, Wettbewerb 2 Tage“ hilft mehr als „Logistik verbessern“.

GRENZEN DER METHODE

Die SWOT ist eine Momentaufnahme und sagt nichts darüber, was wichtiger ist. Sie ersetzt keine Marktdaten. Nutzt sie als Startpunkt für Gespräche und Prioritäten.

HERKUNFT

Die SWOT-Analyse wurde in den 1960er-Jahren in der Strategieberatung bekannt. Die Kombination der Felder heißt auch TOWS-Matrix (Heinz Weihrich, 1982).



Florian Knust

Interim CPO, Produkt- und KI-Experte aus Hamburg, Dozent an der Hochschule Fresenius

Diese Vorlagen nutze ich in Interim-Mandaten, Workshops und an der Hochschule. Du willst sie mit deinem Team einsetzen oder brauchst jemanden, der den Workshop moderiert? Schreib mir.

florian.knust@umbrellatoday.de

umbrellatoday.de/florian-knust

ALLE VORLAGEN KOSTENLOS

SWOT, BCG-Matrix, Business Model Canvas, Lean Canvas, Persona, Eisenhower-Matrix und mehr: umbrellatoday.de/downloads

Lizenz: CC BY-SA 4.0

umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

BEISPIEL: TESLA

SWOT-Analyse

Vereinfachte Einordnung zur Veranschaulichung, keine aktuelle Unternehmensanalyse.

1 Stärken (intern)

- Pionier und bekannte Marke bei Elektroautos
- Treue Kundschaft
- Eigene Technologie und Software
- Produktion auf mehreren Kontinenten

2 Schwächen (intern)

- Hohe Betriebskosten, hoher Kapitalbedarf
- Kleinere Modellpalette als klassische Hersteller
- Qualitätssicherung und Service mit Luft nach oben

3 Chancen (extern)

- Wachsende Nachfrage nach E-Autos und erneuerbarer Energie
- Förderprogramme und Regeln für E-Mobilität
- Neue Märkte und Segmente

4 Risiken (extern)

- Mehr Wettbewerb bei E-Autos
- Konjunktur und geopolitische Risiken
- Abhängigkeit von Rohstoffen für Batterien

5 Stärken × Chancen

Produktion ausbauen, um die wachsende Nachfrage zu bedienen.

6 Stärken × Risiken

Technik-Vorsprung durch Forschung halten, um gegen neue Wettbewerber zu bestehen.

7 Schwächen × Chancen

Modellpalette erweitern, um neue Segmente zu erreichen.

8 Schwächen × Risiken

Lieferkette absichern und Service verbessern, um Kunden zu halten.

SWOT-Analyse: klassisches Strategiewerkzeug, Vorlage und Gestaltung Florian Knust
Lizenz: CC BY-SA 4.0