

## Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens

**Wenn Sie die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens kennen, können Sie diese gezielt im Wettbewerb einsetzen. Sie vergleichen dabei Ihre Leistungen mit denen Ihrer Wettbewerber. Ihre Stärke sind die Leistungen, die ein Konkurrent nur schwer einholen kann. Eine Schwäche zeigt eine Leistung Ihrer Konkurrenz auf, die Sie nur schwer einholen können.**

Ziel der Stärken- und Schwächen-Analyse ist es, die **Leistungselemente** zu identifizieren, die Sie im Wettbewerb gezielt zu Ihrem Vorteil einsetzen können. Sie macht ebenfalls deutlich, in welchen Bereichen Sie einen schweren Stand haben und wie Sie hier etwas verbessern können. Oft wird die Stärken- und Schwächen-Analyse in Kombination mit einer Analyse der **Chancen und Risiken im Markt** eingesetzt. Diese beziehen sich auf das Umfeld der Branche, den Markt etc. Es kommt dann darauf an, dass Sie Ihre Stärken nutzen, um Chancen wahrzunehmen oder Risiken einzudämmen. Oder es ist entscheidend, dass Sie Ihre Schwächen abbauen, wenn sich gerade dort Chancen bieten, wo Ihr Unternehmen schwach ist oder wenn Sie auf Risiken treffen.

**Mit Hilfe der Stärken- und Schwächen-Analyse können Sie beispielsweise ermitteln:**



- Welche **Leistungen** sollten wir gegenüber unseren Kunden herausstellen?
- Welche Leistungen sollten wir pflegen, indem wir dort unser Augenmerk und unsere **Ressourcen** konzentrieren?
- In welche **neuen Bereiche** können wir uns mit den Stärken erfolgreich hinein entwickeln?
- In welchen **Bereichen** müssen wir **besser werden**, um mögliche Entwicklungen nicht zu einer Gefahr werden zu lassen?

Die Stärken- und Schwächen-Analyse kann nur **im Team** durchgeführt werden, weil sie **zahlreicher Informationen bedarf, die sich aus dem Wissen und der Erfahrung unterschiedlichster Ihrer Mitarbeiter ergeben. Die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens werden vor allem dann sehr bedeutsam, wenn Sie mit Chancen oder Risiken in Ihrer Branche und Ihrem Markt zusammenfallen. Deshalb sollten Sie diese ebenfalls analysieren und dann Ihren Stärken und Schwächen gegenüber stellen.**

Bei der Chancen- und **Risiken-Analyse** handelt es sich um die Beschreibung der Umfeldfaktoren Ihres Unternehmens in der Zukunft. Die Ermittlung der Chancen und Risiken für Ihr Unternehmen kann eine sehr umfassende Aufgabe bedeuten. Sie müssen dazu eine Branchen- oder Marktanalyse durchführen.

Jede Analyse ist am Ende nur so gut wie die Schlussfolgerungen, die daraus gezogen werden. Deshalb gilt es, aus den **Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken-Analysen** nun Maßnahmen abzuleiten, die die Position des Unternehmens im Wettbewerb verbessern helfen. Es ist ungut, wenn aus der Stärken- und Schwächen-Analyse der Schluss gezogen wird: Bei unseren Stärken müssen wir nichts tun - da sind wir ja stark. Wir müssen unsere Schwächen beheben.

#### Es gilt vielmehr :

- **Stärken Sie Ihre Stärken**, arbeiten Sie diese deutlich heraus, vermitteln Sie diese Ihren Kunden in besonderer Weise, setzen Sie diese im Wettbewerb ein.
- Schwächen müssen immer im **Vergleich zu Konkurrenten** beobachtet werden. Sie dürfen nicht derart bedeutsam werden, dass die Existenz gefährdet wird.
- Wo Ihre Stärken auf Chancen treffen, sollten Sie Ihre Leistungen bzw. Ihr Angebot ausbauen.
- Wo Sie mit Ihren **Schwächen auf Chancen stoßen**, sollten Sie aufholen, wenn dies machbar ist. Entwickeln Sie einen Aktivitätenplan, wie Sie mit Ihren Möglichkeiten die Schwächen beseitigen, um die konkreten Chancen zu nutzen.
- Wo Ihre **Stärken auf Risiken treffen**, sollten Sie Ihre Stärken nutzen um sich abzusichern. Prüfen Sie, wie Sie einen Schutz vor den Risiken aufbauen können.
- Wo Ihre **Schwächen auf Risiken** treffen, sollten Sie sich aus diesem Bereich zurückziehen. Prüfen Sie, durch welche Maßnahmen Sie ohne größere Verluste aus diesem Geschäftsbereich aussteigen können oder welche Abwehrmaßnahmen möglich sind.

Bei der Entwicklung einer strategischen Vorgehensweise ist es wichtig, dass Sie die möglichen Maßnahmen wiederum **im Team erarbeiten** und diskutieren. Denn nur so gehen Sie sicher, dass Sie kreativ ausreichend viele und vielversprechende Vorschläge zur Vorgehensweise finden. Sie **müssen vor dem Hintergrund Ihrer eigenen Situation einen geeigneten Weg finden. Dies ist Ihre unternehmerische Aufgabe**