

# 1) Status Quo Analyse

Zunächst muss eine ganzheitliche Betrachtung des Status Quo stattfinden. Dies kann z.B. per SWOT-Analyse (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) geschehen. Ohne die Status Quo Analyse läufst du Gefahr aufgrund falscher oder unvollständiger Basisinformationen in den folgenden Schritten Fehlentscheidungen zu treffen.



# UMWELTANALYSE

## MAKROUMFELD

- bildet den Rahmen ab, innerhalb dessen sich der eigentliche Wettbewerb abspielt
- politische, gesellschaftliche, wirtschaftliche oder technischen Entwicklungen
- alle Organisationen sind von diesen externen Faktoren betroffen

## MIKROUMFELD

- Gruppen der Abnehmer, Konkurrent\*innen und Lieferant\*innen, Investor\*innen
- enthält jene Elemente, mit denen eine Organisation zur Erreichung der strategischen Ziele mittelbar und unmittelbar interagieren muss

# ORGANISATIONSANALYSE

Zweck = Was kann die Organisation aufgrund ihrer spezifischen Stärken und Schwächen sowie ihrer Kernkompetenzen hinsichtlich der stärksten Konkurrenz in den sie interessierenden Marktsegmenten tun.

- Beurteilung bestehender strategischer Geschäftsfelder (SGF),
- der bestehenden Organisationsstruktur
- der wesentlichen Geschäftsprozesse
- der Führungs- und Unternehmenskultur

Sie ist also auf die interne Ressourcensituation der Organisation gerichtet, um damit die strategische Stoßrichtung für die Zukunft abzuleiten.

## SWOT ANALYSE

Die Abkürzung **SWOT** setzt sich aus den englischen Begriffen **S**trengths (Stärken), **W**eaknesses (Schwächen), **O**pportunities (Chancen) und **T**hreats (Risiken) zusammen.

Die SWOT hat die Beschreibung gegenwärtig bestehender Konditionen und Eigenschaften einer Organisation, als auch des Umfelds zu Ziel.

Während dessen die zu **analysierenden Stärken und Schwächen** auf die Beschreibung **interner Gegebenheiten einer Organisation** abzielen, ermöglicht die **Chancen- und Risikoanalyse** eine **Beschreibung der Umwelt**, in dem sich die jeweilige Organisation befindet.

<https://www.youtube.com/watch?v=YXni3SnE1F0>

## Stärken - Strengths

- Welche Faktoren führen zum Erfolg?
- Worin sind wir besser als andere?
- Haben wir einzigartige Ressourcen?
- Welche Vorteile haben wir?
- Was ist unser USP?

## Schwächen - Weakness

- Was können wir verbessern?
- Was sollten wir vermeiden?
- Welche Faktoren führen zum Misserfolg?
- Worin sehen andere unsere Schwächen?

**S** **W**  
**O** **T**

## Chancen - Opportunities

- Welche Chancen bestehen?
- Sind wir uns neuer Trends bewusst?
- Welche Gesetzesänderungen gibt es?
- Haben gesellschaftliche Entwicklungen Einfluss?
- Bieten lokale Ereignisse neue Chancen?

## Risiken - Threats

- Welche Risiken bestehen?
- Was macht der Wettbewerb?
- Haben wir Schulden oder finanzielle-Probleme?
- Stellen Schwachstellen eine Gefahr dar?
- Ändern sich Qualitätsstandards?

# AUFGABE 1

## SWOT ANALYSE

## Übung 1: SWOT ANALYSE ERSTELLEN

**Stärken:** Was können wir gut? Was haben Klient\*innen über uns gesagt? Was ist an unserem Angebot einzigartig? In welchen Bereichen sind wir der Konkurrenz überlegen?

**Schwächen:** Was können wir verbessern? Womit sind unsere Klient\*innen unzufrieden? Worin sind wir dem Wettbewerb unterlegen? Wo fehlen uns Wissen und Ressourcen?

**Chancen:** Von welchen aktuellen Trends können wir profitieren? Welche unserer Stärken könnten für Kooperationspartner relevant sein?

**Risiken:** Welche politischen könnten sich auf uns auswirken? Auf welche Trends sind wir nicht vorbereitet?