



WHITEPAPER

SWOT-GAP-ANALYSE

ANLEITUNG



SWOT – SO WHAT? ROBUSTE STRATEGIEN: EINE ANLEITUNG FÜR DIE PRAXIS

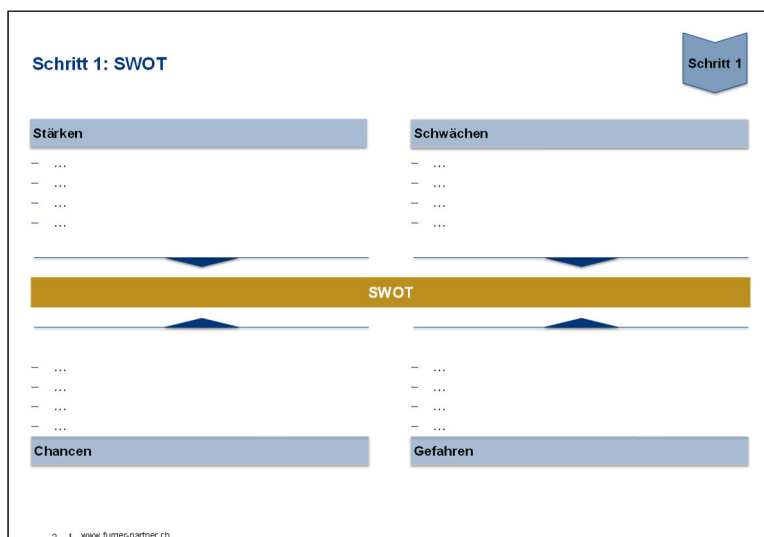
Beschreibung und Funktion:

Wie robust ist Ihre Strategie? Deckt Ihre Strategie die wichtigsten Herausforderungen ab? Zur Beantwortung dieser Frage bietet sich ein praktisches und einfach einsetzbares Instrument an. Durch den Abgleich der strategischen Optionen mit den strategischen Herausforderungen zeigt das Tool präzise auf, welche strategischen Optionen abgedeckt sind und welche Lücken hier noch bestehen.

Und woher stammen die strategischen Herausforderungen? Ganz einfach: aus der SWOT. Erstaunlicherweise ist dieses Vorgehen, durch das erst das volle Potenzial der SWOT genutzt wird, in vielen Unternehmen unbekannt. Dabei lässt sich damit eine Strategieüberprüfung faktisch fundiert in nur 7 Schritten erstellen:

1. Erstellen einer SWOT mit Stärken und Schwächen, Chancen und Gefahren

Die SWOT-Analyse ist eine Methode zur systematischen Situationsanalyse und dient als Ausgangslage für die strategische Planung. Dazu werden Chancen (Opportunities) und Gefahren (Threats) des externen Umfelds sowie die Stärken (Strengths) und Schwächen (Weaknesses) des Unternehmens analysiert und die Ergebnisse kombiniert mittels einer Matrix dargestellt. Die Ergebnisse werden aus Feinanalysen eruiert: Markt- und Umfeldanalyse, Kundenanalyse, Wettbewerbsanalyse. Bei der Erstellung einer SWOT sollte das Ergebnis zwischen 16 bis 20 Faktoren umfassen:



Schritt 1: SWOT

Stärken

— ...

— ...

— ...

— ...

Schwächen

— ...

— ...

— ...

— ...

SWOT

Chancen

— ...

— ...

— ...

— ...

Gefahren

— ...

— ...

— ...

— ...

3 | www.furgen-partner.ch

Abbildung 1: Die SWOT als Ausgangslage

2. Positionieren der SWOT-Ergebnisse

Sämtliche SWOT-Faktoren werden neu auf ein Chart mit den Achsen Stärken / Schwächen und Gefahren / Chancen übertragen. Die SWOT-Ergebnisse werden in gemeinsamer Diskussion gemäss ihrer Gewichtung ausgerichtet.

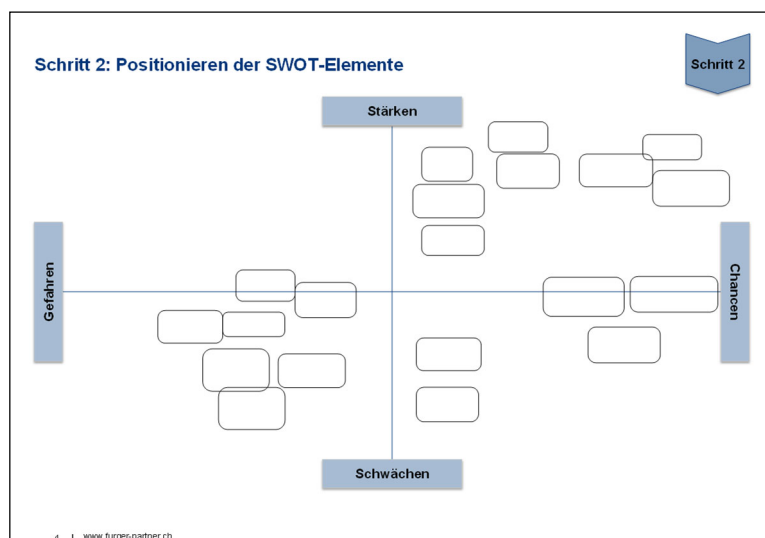


Abbildung 2: Elemente werden übers Kreuz gelegt

3. Gruppieren der SWOT-Elemente zu Clustern

Die SWOT-Elemente werden aufgrund der Nähe ihrer Werte (ähnliche Themen, ineinandergreifende Entwicklungen) zu Clustern gruppiert und nummeriert. Damit bilden sie die Grundlage für die Ableitung der wichtigsten strategischen Herausforderungen.

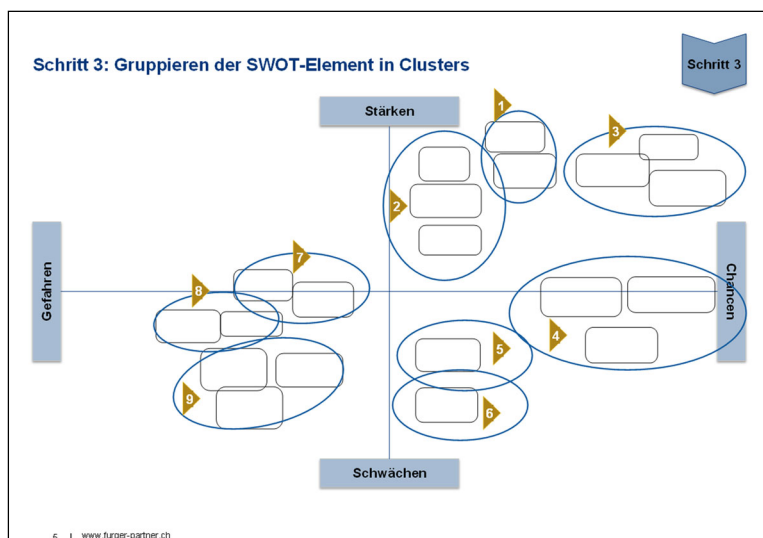


Abbildung 3: Elemente werden geclustert

4. Ableitung der Hauptherausforderungen aus den vier Quadranten

Von jedem Quadranten der Chart werden die strategischen Schlüsselherausforderungen abgeleitet. Die Anzahl der Herausforderungen sollte zwischen 8 und 12 Positionen umfassen.

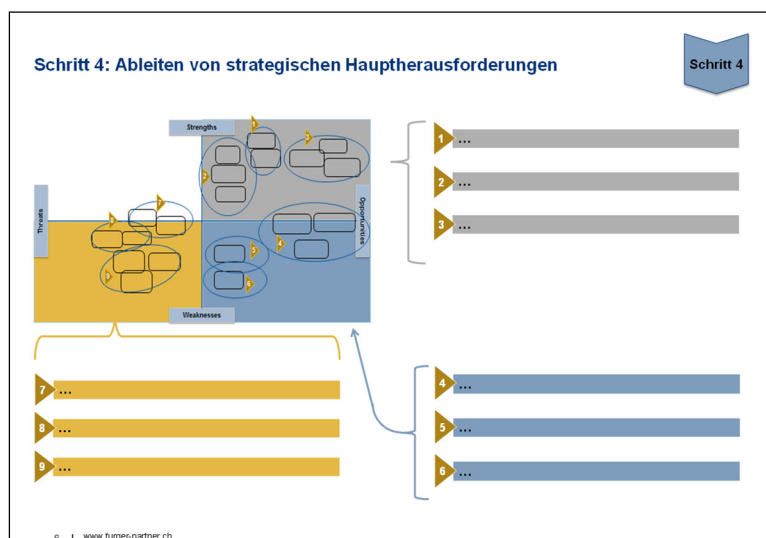


Abbildung 4: Die Cluster werden als Herausforderungen betitelt



5. Beschreibung und Diskussion der Hauptherausforderungen

Die Herausforderungen werden weiter diskutiert, präzisiert und in knapper Form zusätzlich charakterisiert.

Schritt 5: Beschreibung und Diskussion der strategischen Herausforderungen

Schritt 5

- 1 ... Beschreibung
- 2 ...
- 3 ...
- 4 ...
- 5 ...
- 6 ...
- 7 ...
- 8 ...
- 9 ...

7 | www.furges-partner.ch

Abbildung 5: Die Herausforderungen werden beschrieben

6. Abgleich der strategischen Herausforderungen mit den strategischen Optionen

Die strategischen Optionen und Hauptherausforderungen werden miteinander abgeglichen.

Schritt 6: Abgleich der strategischen Herausforderungen mit den strategischen Optionen

Haupt Herausforderungen

Strategische Optionen *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 ...	X		X	X		X			
2 ...		X					X		
3 ...		X	X	X		X			
4 ...	X		X	X		X	X		
5 ...	X	X	X	X			X		
6 ...									
7 ...	X			X		X			
8 ...			X	X		X			

* Quelle: ...

8 | www.furges-partner.ch

Abbildung 6: Die Optionen werden mit den Herausforderungen abgeglichen

7. Ableiten der strategischen Lücken

Der Abgleich ermöglicht es, eventuelle Lücken in der Strategie festzustellen.

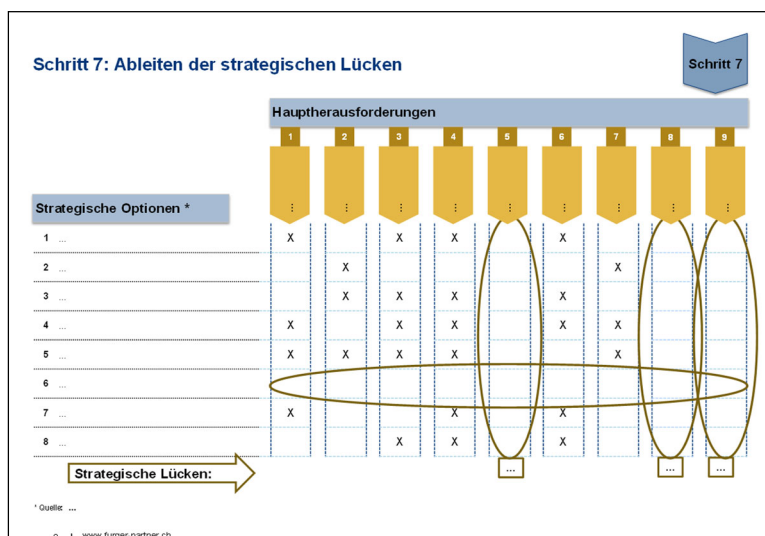


Abbildung 7: Das Ergebnis zeigt die strategischen Lücken

BEISPIEL EINES BÖRSENKOTIERTEN UNTERNEHMENS

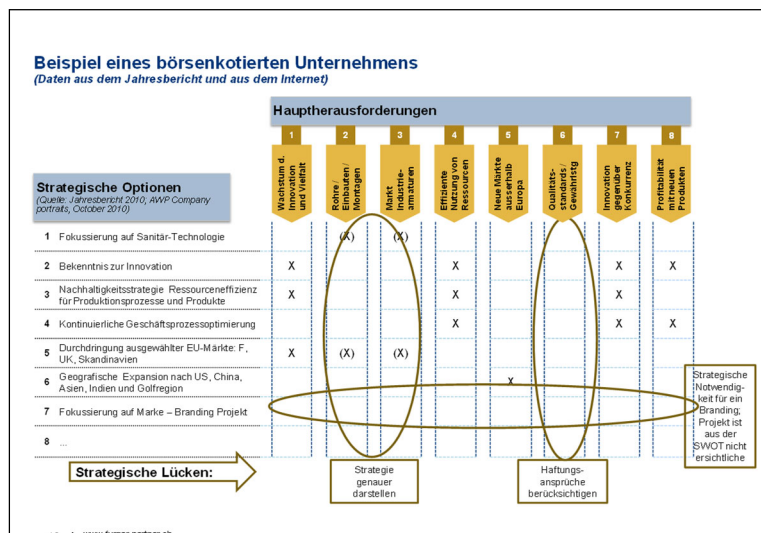


Abbildung 8: Beispiel aus der Praxis

Unser Beispiel zeigt auf, dass die Haupttherausforderungen Nr. 2, 3 und 6 in der Strategie nicht genügend klar oder gar nicht berücksichtigt sind. Und für die Strategische Option Nr. 7 fehlt eine Grundlage in der SWOT.

Zürich, den 20. Oktober 2018

Ignatius Furger