

SWOT Analyse

KOM-ITIL

Sebastian Meisel

11. März 2024

1 Einführung in die SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse ist ein nützliches Werkzeug, um

1. die **internen** *Stärken* und *Schwächen* eines Unternehmens zu identifizieren und
2. die **externen** *Chancen* und *Risiken*, denen es sich aktuell stellen muss.

Sie ermöglicht es, eine fundierte Entscheidung über die *strategische* Ausrichtung zu treffen und potenzielle Problembereiche zu erkennen.

1.1 Vor- und Nachteile der SWOT-Analyse

1.1.1 Vorteile:

- Einfachheit: Die SWOT-Analyse ist einfach zu verstehen und umzusetzen.
- Klarheit: Sie bietet eine klare Struktur für die Bewertung interner und externer Faktoren.
- Flexibilität: Die Methode kann an verschiedene Branchen und Situationen angepasst werden.

1.1.2 Nachteile:

- Subjektivität: Die Ergebnisse können durch persönliche Einschätzungen beeinflusst werden.
- Oberflächlichkeit: Es besteht die Gefahr, dass wichtige Faktoren übersehen werden.
- Statische Analyse: Die SWOT-Analyse betrachtet die Faktoren in einem bestimmten Moment und berücksichtigt nicht deren Veränderung im Laufe der Zeit.

1.2 Interne Faktoren:

Stärken Eigenschaften oder Ressourcen, die dem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.
Schwächen Mangelnde Ressourcen oder Fähigkeiten, die das Unternehmen behindern oder einschränken.

1.3 Externe Faktoren:

Chancen Externe Gegebenheiten, die das Unternehmen nutzen kann, um seine Ziele zu erreichen.
Risiken Externe Bedrohungen oder Hindernisse, die das Unternehmen beeinträchtigen könnten.

1.4 Schritte:

1. Datensammlung: Erfassung von Informationen zu internen und externen Faktoren.
2. Bewertung: Bewertung der eigenen Stärken, Schwächen
3. Analyse: Identifizierung aktueller Chancen und Risiken.
4. Strategieentwicklung: Ableitung von Strategien basierend auf den Ergebnissen der Analyse.
5. Umsetzung: Implementierung der ausgewählten Strategien.
6. Überwachung und Anpassung: Kontinuierliche Überwachung der Umgebung und Anpassung der Strategien bei Bedarf.

1.5 Fallen:

- Mangelnde Datenqualität: Unvollständige oder ungenaue Informationen können zu fehlerhaften Ergebnissen führen.

- **Fehlinterpretation:** Eine falsche Interpretation der Daten kann zu falschen Schlussfolgerungen führen.
- **Vernachlässigung von Veränderungen:** Veränderungen in der Umgebung müssen kontinuierlich überwacht werden, um die Wirksamkeit der Strategien sicherzustellen.

1.6 Entwicklung der Strategien (SO/ST/WO/WT)

SO-Strategien (Stärken-Chancen) Nutzung der Stärken des Unternehmens, um die Chancen in der Umgebung zu nutzen.

ST-Strategien (Stärken-Bedrohungen) Einsatz der Stärken, um potenzielle Bedrohungen abzuwehren oder zu minimieren.

WO-Strategien (Schwächen-Chancen) Maßnahmen zur Behebung von Schwächen, um Chancen in der Umgebung zu nutzen.

WT-Strategien (Schwächen-Bedrohungen) Versuch, Schwächen zu minimieren, um potenzielle Bedrohungen zu bewältigen.

2 SWOT-Portfolio

2.1 Beispiel

Beispiel: Die Max & Moritz GmbH bietet seit vielen Jahren IT- Support für kleine lokale Unternehmen an: Einrichtung von Servern, Arbeitsplatzrechnern, Netzwerkeinrichtung, Datensicherung.

3 Aufgabe

Erstellt eine SWOT-Analyse zu folgendem Szenario:

Ein fiktives Unternehmen namens TechSprint“, hat eine neue App namens FF-itTrack“entwickelt. Diese App soll Nutzern helfen, ihre Fitnessziele zu verfolgen und zu erreichen. Hier ist das Szenario:

3.1 Stärken:

Innovative Technologie TechSprint verfügt über ein hochqualifiziertes Team von Entwicklern, das in der Lage ist, innovative Technologien wie KI und maschinelles Lernen in die FitTrack-App zu integrieren.

Benutzerfreundliche Oberfläche Die FitTrack-App bietet eine intuitive und benutzerfreundliche Oberfläche, die es den Nutzern erleichtert, ihre Fitnessziele festzulegen, zu verfolgen und anzupassen.



Abbildung 1: SWOT-Portfolio

<div> <div>Extern</div> <div>Intern</div> </div>	O pportunities (Chancen) <ul style="list-style-type: none"> Ein neues Gewerbegebiet wird gerade erschlossen → mögliche neue Kunden 	T hreats (Risiken) <ul style="list-style-type: none"> Cloudanbieter werben Angeboten mit um günstigen kleinen Unternehmen Ein wichtiger Kunde steckt in einem Insolvenzverfahren.
S trengths (Stärken) <ul style="list-style-type: none"> Langjährige Erfahrung Gute Kenntnisse der Unternehmen Erfahrungen mit gemischten Windows-/Linux-Netzwerken 	SO <p>Durch die Kenntnis des insolventen Unternehmens und unsere Linuxexpertise können wir dem Kunden Einsparpotentiale aufzeigen.</p>	ST <p>Durch die Kenntnis des insolventen Unternehmens und unsere Linuxexpertise können wir dem Kunden Einsparpotentiale aufzeigen.</p>
W eaknesses (Schwächen) <ul style="list-style-type: none"> Keine Erfahrung mit Clouddiensten Wenige MitarbeiterInnen Lokale Bindung 	WO <p>Für den Support neuer Kunden müssen neue MitarbeiterInnen gewonnen werden.</p>	WT <p>Wir brauchen Expertise im Cloudbereich durch Weiterbildungen und / oder die Gewinnung neuer MitarbeiterInnen, die diese mitbringen.</p>

Abbildung 2: Beispiel SWOT-Portfolio

Schnelle Markteinführung Durch agile Entwicklungsmethoden und effiziente Prozesse kann TechSprint die FitTrack-App schnell auf den Markt bringen und auf Änderungen und Feedback der Nutzer reagieren.

Starke Markenbekanntheit Das Unternehmen hat bereits eine solide Basis an Followern und Abonnenten in den sozialen Medien aufgebaut, was die Vermarktung der FitTrack-App erleichtern könnte.

3.2 Schwächen

Begrenztes Budget Als Startup verfügt TechSprint über begrenzte finanzielle Ressourcen, was die Fähigkeit des Unternehmens einschränken könnte, in Marketing, Forschung und Entwicklung zu investieren.

Geringe Nutzerbasis Da die FitTrack-App neu auf dem Markt ist, fehlt es TechSprint möglicherweise an einer etablierten Nutzerbasis, was die anfängliche Vermarktung und Akzeptanz erschweren könnte.

Abhängigkeit von Technologiepartnern TechSprint ist möglicherweise auf Technologiepartner angewiesen, um bestimmte Funktionen oder Dienste in der FitTrack-App bereitzustellen, was das Unternehmen anfällig für Unterbrechungen oder Abhängigkeiten macht.

3.3 Chancen

Wachsender Markt für Gesundheits- und Fitness-Apps Mit dem zunehmenden Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher und dem wachsenden Interesse an Fitness-Apps besteht die Möglichkeit, dass die FitTrack-App von einer breiten Zielgruppe angenommen wird.

Partnerschaften mit Fitness- und Gesundheitsunternehmen TechSprint könnte strategische Partnerschaften mit Fitnessstudios, Sportartikelherstellern oder Gesundheitsorganisationen eingehen, um die Verbreitung und Akzeptanz der FitTrack-App zu fördern.

Globaler Markt Durch die digitale Natur der FitTrack-App könnte TechSprint den globalen Markt erreichen und potenziell Millionen von Nutzern ansprechen.

3.4 Bedrohungen

Wettbewerb von etablierten Unternehmen Es gibt bereits eine Vielzahl von etablierten Fitness-Apps auf dem Markt, die eine starke Konkurrenz für TechSprint darstellen könnten.

Datenschutz- und Sicherheitsbedenken Da die FitTrack-App möglicherweise persönliche Gesundheitsdaten der Nutzer sammelt, besteht die Gefahr von Datenschutzverletzungen oder Sicherheitslücken, die das Vertrauen der Nutzer beeinträchtigen könnten.

Schnelle Technologieentwicklung Die Technologiebranche entwickelt sich schnell weiter, und neue Innovationen könnten dazu führen, dass die FitTrack-App veraltet oder überholt wird, wenn TechSprint nicht in Forschung und Entwicklung investiert.