

SWOT-Strategie

Kurzbeschreibung: Sofern du ein ausreichend tiefes Verständnis über deinen Markt (Umweltanalyse) und dein Geschäftsmodell (Unternehmensanalyse) hast, kannst du die beiden Welten in der SWOT-Strategie zusammenführen. Die SWOT-Strategie (engl. Akronym für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Risiken)) ist ein hilfreiches Tool, um deinen Gründungs- erarbeitungsstand zu konsolidieren und darauf aufbauend Strategien zu entwickeln, wie du deine Geschäftsidee weiterentwickeln kannst.

Kurzanleitung: Fülle zuerst die vier Kategorien **1** «Stärken», «Schwächen», «Chancen» und «Risiken» mit entsprechenden Erkenntnissen aus deiner bisherigen Gründungsreise ab. Im Anschluss kannst du diese jeweils zu **2** Strategien kombinieren (z.B. Stärken und Chancen zusammen ergeben Stärken-Chancen-Strategien, d.h. welche Stärken kannst du nutzen, um von den Chancen zu profitieren) und wiederum ausfüllen. **3** Zu guter Letzt kannst du aus der SWOT-Strategie auch Folgerungen, Erkenntnisse und nächste Schritte für deine weiterführende Arbeit definieren.

		z.B. Anzahl potenzieller Kund:innen	z.B. Hohe Kundenerwartungen
		Chancen	Risiken
z.B. Marktanteile	Stärken	SO-Strategie <i>Führung ausbauen - Welche Stärken können wir nutzen, um von den Chancen zu profitieren</i>	ST-Strategie <i>Absichern - Welche Stärken können wir nutzen, um Bedrohungen zu reduzieren</i>
z.B. Regulatorisches Klima	Schwächen	WO-Strategie <i>Aufholen - Welche Schwächen hindern uns daran, die Chancen zu ergreifen</i>	WT-Strategie <i>Vermeiden - Welche Stärken hindern uns daran, die Bedrohungen zu reduzieren</i>
Folgerungen / Erkenntnisse / nächste Schritte			