

Was ist die SWOT Analyse?

Die sogenannte SWOT-Analyse besteht aus einer Stärken-Schwächen-Analyse, also einer vergangenheitsbezogenen Beurteilung unserer Stärken und Schwächen sowie einer Chancen-Risiken-Prognose, also einer Abschätzung der jetzigen Situation aber auch der Entwicklung in der Zukunft.

- S**trength - Stärke
- W**eakness - Schwäche
- O**pportunities - Möglichkeiten
- T**hreats - Risiken



Wie funktioniert die SWOT Analyse?

Das klassische Bild für die SWOT-Analyse besteht aus einer Matrix mit den dazugehörigen Normstrategien (siehe Bild). Die Darstellung einer wirklichen Analyse erfolgt in der Regel jedoch nicht als Matrix – Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken werden einzeln betrachtet und bewertet, dementsprechend werden Handlungsanweisungen nach der Normstrategie entwickelt.

<h1>SWOT ANALYSE</h1>		INTERNE ANALYSE (MIKROUMFELD)	
		STRENGTHS (STÄRKEN)	WEAKNESSES (SCHWÄCHEN)
EXTERNE ANALYSE (MAKROUMFELD)	OPPORTUNITIES (CHANCEN)	<p>Aus welchen Stärken ergeben sich Chancen?</p> <p>Strategie: Ausbau des Angebots/ Matching</p>	<p>Welche Schwächen muss ich zur Nutzung der Chance reduzieren? Welche Chance hilft eine Schwäche zu reduzieren?</p> <p>Strategie: Rückstände aufholen/Weiterentwickeln</p>
	THREATS (RISIKEN)	<p>Welche Stärken minimieren Risiken?</p> <p>Strategie: Absichern/ Risiko neutralisieren</p>	<p>An Schwächen arbeiten um Risiken zu vermeiden?</p> <p>Strategie: Verteidigung u. Weiterentwicklung oder Aufgabe der Position</p>

In der Matrix lassen sich die jeweiligen Normstrategien ablesen – beispielsweise der Ausbau des Angebots bei den Stärken und sich daraus ergebenden Chancen.

Was sind Beispiele für die Stärken-Schwächen-Analyse und die Chancen-Risiko-Prognose?

Die **Stärken-Schwächen-Analyse** stellt die **internen Rahmenbedingungen** (Mikroumwelt) dar, sie entspricht also einer Unternehmensanalyse und wirft beispielsweise einen Blick auf:

- Erfahrung Mitarbeiter
- Erreichbarkeit/ Infrastruktur
- Prozesse
- Öffnungszeiten
- usw.

Die **Chancen-Risiko-Prognose** stellt die **externen Rahmenbedingungen** (Makroumwelt) dar, sie wirft beispielsweise einen Blick auf:

- Trends (z.B. Gesünder leben)
- Demografischer Wandel
- Verschieden Kulturen
- Konkurrenz
- usw.

Die externen Rahmenbedingungen können sich sowohl positiv wie auch negativ auswirken – der Trend zum gesünderen Leben und vegetarische Ernährung kann für ein Unternehmen welches sich auf diesen Bereich spezialisiert hat eine positive externe Rahmenbedingung sein. Für ein Unternehmen, welches sich auf tierische Produkte aus Massentierhaltung spezialisiert hat ist diese externe Rahmenbedingung negativ zu bewerten.

SWOT ermittelt Verbesserungsbereiche und Risikobereiche

Die SWOT-Analyse deckt Verbesserungsbereiche und Risikobereiche in unserem Unternehmen auf. Je genauer man also hinschaut und analysiert, desto sicherer sind die Ergebnisse. Häufig ist es hilfreich, wenn die SWOT-Analyse von mehreren Personen unabhängig voneinander durchgeführt wird – mehrere Augen, unterschiedliche Erfahrungsbereiche im Unternehmen und auch verschiedene Ansichten sorgen für ein hochwertige Analyse.

Beispiel für eine Bewertung mit der SWOT-Analyse

Wir nehmen als Beispiel, passend für den Fachwirt im Gesundheits- und Sozialwesen, ein MVZ - Medizinisches Versorgungszentrum. Unser MVZ beschäftigt sowohl Orthopäden wie auch Chirurgen und führt ambulante Operationen in den eigenen Räumlichkeiten durch. Das MVZ besteht bereits seit über 5 Jahren und genießt bei überweisenden Ärzten sowie bei den Patienten einen guten Ruf. Des Weiteren befinden sich für die Nachsorge auch Physiotherapeuten in unserem MVZ.

Uns ist bereits bekannt, dass unsere **Auslastung jedoch leider nur bei 75 bis 80 % liegt** und wir eine **hohe Fluktuation bei den Mitarbeitern** (MFA/ OTA) verzeichnen.

Unsere eigentlichen Ziele für unsere SWOT-Analyse sind also:

- Steigerung der Auslastung
- Verbesserung im Bereich der Mitarbeiterfluktuation.

Werfen wir zuerst einen Blick auf die **Stärken-Schwächen-Analyse** (Mikroumfeld):

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none">• Qualifizierte Ärzte• Guter Ruf (Bei anderen Ärzten/ Patienten)• Besteht bereits seit 5 Jahren• Behandlung und Nachsorge unter einem Dach• Gut erreichbar	<ul style="list-style-type: none">• Auslastung nur bei 75 bis 80% (Ziel)• Fluktuation bei den MFA/ OTA (Ziel)• Kein Praxismanager/ Einarbeitung• Wenig Marketing

Und dann einen Blick auf die **Chancen-Risiko-Prognose** (Makroumfeld):

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none">• Viele Sportvereine im Einzugsgebiet (Patienten)• Orthopädische Klinik im Einzugsgebiet insolvent (Mitarbeiter und Patienten)	<ul style="list-style-type: none">• Ähnliches MVZ im Nachbarort eröffnet

Jetzt können wir schauen, welche **Stärken** wir zur Nutzung der **Chancen** einsetzen können um unsere Ziele zu erreichen. Wir genießen einen guten Ruf und haben qualifizierte Ärzte, zudem bieten wir Behandlung und Nachsorge unter einem Dach. Wir könnten also an Sportvereine herantreten. Durch die Insolvenz der Orthopädischen Klinik besteht ebenfalls eine Chance neue Patienten zu gewinnen. Hier sollte man an die einweisenden Ärzte denken und die eigenen Leistungen dort bekannt machen. Damit arbeiten wir an dem Ziel unsere Auslastung kurzfristig zu erhöhen und im besten Fall langfristig abzusichern.

Zu unseren **Schwächen** gehört eine hohe Mitarbeiterfluktuation sowie eine fehlende Praxismanagerin. Hier könnten wir uns die Insolvenz der Klinik zu Nutzen machen und qualifiziertes Personal gewinnen – im besten Fall jemanden mit Erfahrung im Bereich des Praxismanagements und der Einarbeitung von Angestellten. Eine weitere Schwäche ist unser Marketing – hier sollten wir ebenfalls zeitnah für eine Verbesserung sorgen. Gerade die jüngere Patientengruppe, wie auch die Mitglieder der Sportvereine, sind häufig auf Social-Media-Kanälen (Instagram, Facebook, X usw.) vertreten. Hier kann man seinen Bekanntheitsgrad erhöhen. Social-Media lässt sich zudem nicht nur im Sinne der Patientengewinnung einsetzen, auch zukünftige Mitarbeiter können auf diesem Wege gewonnen werden.

Ein **Risiko** besteht in der Eröffnung des ähnlich aufgebauten MVZ im Nachbarort und der Gefahr hier Patienten oder auch Mitarbeiter zu verlieren. Hier sind wir durch unser mehrjähriges Bestehen und unserem guten Ruf jedoch klar im Vorteil und sollten diese Punkte auch nach außen kommunizieren (Social-Media, Zuweisende Ärzte, Patienteninformationen in der Praxis und auf der Webseite)

SWOT-Analyse bietet einen guten Überblick

Wie wir sehen, können mit der SWOT-Analyse nicht nur Maßnahmen für unsere eigentlichen Ziele erarbeitet werden. Auch auf andere Dinge, wie beispielsweise die Konkurrenz im Nachbarort, werden wir aufmerksam und können dementsprechend strategisch planen um unser Unternehmen langfristig abzusichern. Auch der fehlende Praxismanager ist zwar kein eigentliches Ziel gewesen, hier kann jedoch eine Schwäche abgebaut werden.