

IHRE SWOT-ANALYSE EINFACH ERSTELLEN

SWOT steht für **S**trengths (Stärken), **W**eaknesses (Schwächen), **O**pportunities (Chancen) und **T**hreats (Risiken). Die SWOT-Analyse kann in jeder Phase der Auslandsaktivität zur Positionsbestimmung und Strategieentwicklung herangezogen werden.

Externe Analyse	Interne Analyse	
	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
	CHANCEN	RISIKEN

Beispiel SWOT-Analyse: US-Markt

<p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> - USA als Österreichs wichtigstes Zielgebiet in Übersee - USA ist weltgrößte Volkswirtschaft - Hohe Rechtssicherheit am US-Markt - Ausgeprägte Unternehmerfreundlichkeit - Hohe Produktivität & Innovationskraft 	<p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Derzeit kein Freihandelsabkommen mit der EU - Oftmals unterschiedliche gesetzliche Rahmenbedingungen in einzelnen Bundesstaaten
<p>Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hohe Kaufkraft & Ausgabefreudigkeit der Amerikaner - Größe des Marktes → Potential - Niedrige Energiekosten - Stabile Währungskurse 	<p>Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konkurrenzsituation vor Ort - Größe des Marktes bringt Herausforderungen wie z. B. im Aufbau geeigneter Vertriebsstrukturen - Markante Unterschiede im Vertragsrechts, Prozessrecht und der Absicherung gegen Produkthaftung - Produktanpassungen an amerikanische Normen und Erlangung der nötigen Zertifizierungen oftmals schwierig & langwierig

Quelle: In Anlehnung an die SWOT-Analyse USA der GTAI unter www.gtai.de, sowie dem AUSSENWIRTSCHAFT Update USA abrufbar unter https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/USA_Update_10022017.pdf

DO'S & DON'TS IN DER SWOT-ANALYSE

Do's

1. **Zielorientierung:** Richten Sie Ihre SWOT-Analyse immer bezogen auf ein Ziel (z. B. hins. eines neuen Absatzmarktes, strategischer Partner, der Produkteignung für einen bestimmten Markt usw.)! Es bringt Ihnen wahrscheinlich nur wenig, einen Markt, wie z. B. die USA im Allgemeinen einer SWOT-Analyse zu unterziehen, sinnvoller ist es in jedem Fall, diesen riesigen Markt in Hinblick auf Ihre Branche (z. B. Maschinenbau) oder Produkt zu beleuchten.
2. **Niederschrift:** Auch wenn Ihre Überlegungen oder Recherchen zu einem der Elemente der SWOT-Analyse anfangs vielleicht nicht essentiell erscheinen, verwerfen Sie diese nicht, sondern schreiben Sie sie auf.
3. **Selektive Auswahl:** Seien Sie selektiv in der abschließenden Bewertung! Nachdem Sie eine Vielzahl an Chancen, Risiken, Stärken und Schwächen gesammelt und niedergeschrieben haben, kommt es zum Auswählen der tatsächlich für Ihr Vorhaben relevanten Aspekte.
4. **Teamwork:** Erarbeiten Sie die SWOT-Analyse nicht alleine, beziehen Sie KollegInnen/MitarbeiterInnen ein!

Don'ts

1. **Schwächen vertuschen:** Versuchen Sie nicht Ihre Schwächen zu vertuschen, schließlich dient diese Analyse u. a. gerade dazu, Schwachstellen aufzudecken, anzusprechen und infolgedessen zu bearbeiten.
2. **Externe Einflüsse missachten:** Denken Sie daran, die Rahmenbedingungen, politische/wirtschaftliche Gegebenheiten oder Trends in Bezug auf den jeweiligen Markt in Ihrer Analyse nicht außer Acht zu lassen.
3. **Maßnahmen oder Strategien ableiten:** Maßnahmen lassen sich aus Ihrer SWOT-Analyse nicht ableiten, da SWOT-Analysen in erster Linie Zustände beschreiben sollen.