



Die Stärken-/Schwächen-Analyse

Unterziehen Sie Ihr Unternehmen auf Basis der Konkurrenzaufklärung einem Leistungsvergleich mit dem Wettbewerb. Ähnlich wie im Sport zählt in der Wirtschaft nur die Nummer 1. Deshalb wird dieses sog. Benchmark immer gegen die Branchenbesten geführt. Wer die Besten sind, hängt von der Zielsetzung des Benchmarks ab:

Ziel a): Analyse & Optimierung der Geschäftsprozesse

- Führen Sie den Vergleich mit Unternehmen mit ähnlichen Strukturen in anderen Branchen durch. Erkennen Sie so bisher ungenutzte Optimierungschancen.

Ziel b): Strategische Neuausrichtung

- Führen Sie einen 2-stufigen Benchmark durch.
- Schritt 1: Welcher Wettbewerber erzielt für welchen Punkt die besten Ergebnisse? Gelangen Sie so zu einem globalen Gesamtbild.
- Schritt 2: Sondieren Sie verschiedene Teilmärkte unter Berücksichtigung der Ergebnisse Ihrer Marktsegmentierung. Bei welchen Teilmärkten weist Ihr Unternehmen Stärken gegenüber der Konkurrenz auf? Untersuchen Sie diese Märkte auf mögliche Erfolgspotenziale.
- Gehen Sie anschließend allen Schwächen in Ihren Hauptmärkten nach. So lange Sie von diesen Kunden abhängig sind, dürfen Sie sich keinen allzu großen Abstand zum Wettbewerb leisten.

Führen Sie Ihr Benchmark anhand der Stärken-Schwächen-Analyse durch. Verwenden Sie dazu das Formular auf der folgenden Seite, das eine Liste von Vergleichskriterien aufführt.

- Gehen Sie mit Ihrem Strategie-Team jedes einzelne Kriterium durch und vergeben dafür zwischen -10 und +10 Punkte. 0 bedeutet Gleichstand mit der Konkurrenz, +10 steht für einen überragenden Wettbewerbsvorteil und -10 signalisiert einen hoffnungslosen Rückstand.
- Bei Mangel an Informationen zur Konkurrenz: Spekulieren Sie oder vergleichen sich mit einem erfolgreichen Kunden oder Lieferanten.
- Bei Uneinigkeit im Team: Lassen Sie sich die einzelnen Standpunkte begründen und besprechen Sie danach die Vorschläge ausführlich, um ggf. zu neuen Erkenntnissen oder Aha-Erlebnissen zu gelangen.
- Lässt sich keine Einigung erzielen, tragen Sie den Mittelwert ein.
- Wenn sich aus der Erörterung neue Punkte ergeben, in denen Ihr Unternehmen besondere Vor- oder Nachteile aufweist, nehmen Sie diese in Ihre Liste auf.



Die Stärken-/Schwächen-Analyse (Formular)

Stärken-/Schwächenanalyse vom: _____

Maßstab (=0) ist Wettbewerber: _____

Kriterium	-10	-9	-8	-7	-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Produktbereich A																					
Produktbereich B																					
Produktbereich ...																					
Marktanteil																					
Veränderung Marktanteil																					
Rentabilität																					
Bekanntheit																					
Qualität																					
Warenpräsentation																					
Preis-/Leistungsverhältnis																					
Service																					
Lieferfähigkeit/Termintreue																					
Marketing																					
Altersstruktur Sortiment																					
Nutzen für den Kunden																					
Kundenbetreuung																					
Abhängigkeit von Kunden																					
Innovation / F&E																					
Unternehmensstrategie																					
Geschäftsleitung																					
Management																					
Klare Organisation																					
Planung und Kontrolle																					
Außendienst																					
Produktion																					
Beschaffung																					
Verwaltung																					
Rechnungswesen																					
Motivation Mitarbeiter																					
Fluktuation																					
Finanzielle Situation																					

