



Die SWOT-Zwei-Ebenen-Analyse

Die SWOT-Analyse ist eine Technik, die eingesetzt wird, um **Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken** zu ermitteln. Ursprünglich wurde die SWOT-Analyse erstellt*, damit Unternehmen einen Strategieplan für ihre strategische Ziele entwickeln können.

Im Coaching oder in der Beratung, mit Einzelpersonen und Teams, sollten die emotionale Ressourcen der Personen, die Erlebensebene, mit einbezogen werden.

→ **Stärken (Strengths) und Schwächen (Weaknesses)** sind „innere Faktoren“.

Hier kann die Person ihre Stärken und Schwächen so kennen- und nutzen lernen und ein breiteres Reaktionsspektrum erlangen, um proaktiv kontext- und persongerecht handeln zu können.

→ **Gefahren (Opportunities) und Chancen (Threats)** sind „äußere Faktoren“.

Wie könnte die Person vorgehen, um auf diese externen Bedingungen adäquat reagieren zu können? Hier ist die Ausrichtung der Handlungen auch abhängig von der Umwelt.

Vorbereitung: Flipchart, Stifte & gedankliches Einstimmen

1. Der Coachee hat die Wahl, mit welcher Ebene er beginnen möchte: Möchte sie/er zuerst die "äußeren Faktoren" (kognitive Analyse) oder die "inneren Faktoren" (erlebnisorientierte Analyse) untersuchen?
2. Zusätzlich wird im Rahmen des Modells reflektiert, wie die aktuelle, die "Ist-Situation" (Gegenwart) wahrgenommen wird und welche zukünftigen Chancen und Risiken erwartet werden.
3. Durch diesen kommunikativen Wechsel zwischen innerem und äußerem Bezugsrahmen können Bedürfnisse und Motive überdacht werden. *2
4. Dies trägt zur Klärung der individuellen Antriebskraft bei und regt die Überprüfung von blockierenden Gedanken und Einstellungen an.
5. Ein Quadrant wird wie in der Grafik - mit Überschriften, ohne Fragen - aufgezeichnet und das Einschreiben der Zurufantworten kann beginnen.

Mögliche Leitfragen:

- In welchen Situationen tritt das Verhalten, die Geschehnisse, auf? Wann nicht?
- Welche Gedanken sind damit verbunden?
- Wie werden diese vom Coachee bewertet?
- Welche anderen Möglichkeiten sind schon probiert, gedacht, gehört worden?
- Was benötigt der Coachee von außen, um die Situation bewältigen zu können?



Was denkt der Coachee über seine Situation und was könnte getan werden?
(kognitive Analyse Ist-Situation)



Wie geht es dem Coachee dabei? Wie fühlt er sich? (erlebensorientierte Analyse)



*1 Berry T., Wilson D. (2000): On Target: The Book on Marketing Plans. Palo Alto Software Inc.

*2 Hellwig, C. (2019); modifiziert und erweitert: 2 Ebenen-Modell | Personenzentriert-integrative Gesprächsführung im Coaching.- Springer Verlag.