

**W. Chan Kim – Renée Mauborgne**

Der  
**BLAUE  
OZEAN**  
als  
**STRATEGIE**

**Wie man neue  
Märkte schafft**

**wo es keine  
Konkurrenz gibt**

Aus dem Amerikanischen von Ingrid Proß-Gill (1. Auflage)

Aus dem Amerikanischen von Helmut Dierlamm  
(Erweiterung und Überarbeitung der 2. Auflage)

2., aktualisierte und erweiterte Auflage

**HANSER**

# Inhalt

Hilfe, mein Ozean färbt sich rot! .....	IX
Vorwort zur ersten Auflage .....	XIX
Dank .....	XXI

## Teil 1: Strategien zur Eroberung blauer Ozeane (SEOs)

1 Erschließung blauer Ozeane .....	3
2 Tools und Formate für die Analyse .....	23

## Teil 2: Formulierung von SEOs

3 Umgestaltung der Marktgrenzen .....	45
4 Fokussierung auf das Gesamtbild .....	77
5 Über die vorhandene Nachfrage hinausgreifen .....	97
6 Die richtige strategische Abfolge einhalten .....	111

## Teil 3: Umsetzung von SEOs

7 Überwindung der entscheidenden Hürden in der Organisation ..	139
8 Integration der Umsetzung in die Strategie .....	161
9 Die Ausrichtung von Nutzen-, Gewinn- und menschlicher Proposition .....	179
10 Die Erneuerung blauer Ozeane .....	191
11 Red Ocean Traps vermeiden .....	203

<b>Anhang A:</b> Das geschichtliche Muster bei der Eroberung blauer Ozeane .....	213
---	-----

<b>Anhang B:</b> Nutzeninnovation .....	231
---	-----

<b>Anhang C:</b> Die Marktdynamik der Nutzeninnovation .....	235
--	-----

Anmerkungen .....	239
-------------------	-----

Bibliografie .....	251
--------------------	-----

Register .....	261
----------------	-----

Über die Autoren .....	267
------------------------	-----

