

W. Chan Kim – Renée Mauborgne

**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

Anhang A: Das geschichtliche Muster bei der Eroberung blauer Ozeane	213
---	-----

Anhang B: Nutzeninnovation	231
---	-----

Anhang C: Die Marktdynamik der Nutzeninnovation	235
--	-----

Anmerkungen	239
-------------------	-----

Bibliografie	251
--------------------	-----

Register	261
----------------	-----

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