

HANSER

Der Blaue Ozean als Strategie

W. Chan Kim, Renée Mauborgne

Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt

ISBN 3-446-40217-9

Vorwort

Weitere Informationen oder Bestellungen unter
<http://www.hanser.de/3-446-40217-9> sowie im Buchhandel

Vorwort



Dieses Buch steht für unsere Freundschaft und unseren Glauben aneinander. Als Freunde brachen wir auf, um die hier präsentierten Ideen zu erforschen, als Freunde schrieben wir das Buch schließlich.

Unsere erste Begegnung fand vor 20 Jahren in einem Seminarraum statt, als Professor und Studentin. Seitdem haben wir zusammengearbeitet – und kamen uns auf unserer Reise oft wie zwei nasse Ratten im Abfluss vor. Dieses Buch ist nicht der Sieg eines Konzepts, sondern einer Freundschaft, die für uns mehr Bedeutung hat als alle Ideen aus der Geschäftswelt. Sie hat unser Leben reich und unsere Welt schöner gemacht. Wir waren nicht allein!

Keine Reise ist leicht, keine Freundschaft nur von Lachen erfüllt. Doch wir fanden jeden Tag unserer gemeinsamen Reise spannend, weil wir auf einer Mission waren, die uns Erkenntnisse und Verbesserungen bringen sollte. Wir glauben leidenschaftlich an die Ideen, die wir in diesem Buch präsentieren. Sie sind allerdings nicht für jene gedacht, deren Ehrgeiz sich darin erschöpft, sich durchzuschlagen oder bloß zu überleben. Daran lag uns nie etwas, und wenn Sie sich damit zufrieden geben können, sollten Sie nicht weiterlesen. Falls Sie für Ihr Unternehmen aber eine Zukunft aufbauen wollen, in der von den Kunden über die Beschäftigten und die Aktionäre bis zur Gesellschaft alle Gewinner sind, sollten Sie weiterlesen. Nein, leicht ist das nicht – aber es lohnt sich!

Unsere Forschungen haben bestätigt, dass es weder Unternehmen noch Branchen mit ständigen Spitzenleistungen gibt. Auf unserem holprigen Weg haben wir selbst erlebt, dass wir alle, wie die Unternehmen, manchmal das Falsche tun. Um unseren Erfolg vergrößern zu können, müssen wir herausfinden, welche unserer Handlungen etwas Positives bewirkt haben und wie wir diese Handlungen systematisch wiederholen können. Die wichtigste dieser klugen strategischen Bewegungen ist die Eroberung blauer Ozeane.

Mit diesem Buch fordern wir die Unternehmen auf, den roten Ozean des ruinösen Wettbewerbs hinter sich zu lassen und neue Märkte zu schaffen, wo es keine Konkurrenz gibt. Statt die vorhandene, oft schrumpfende Nachfrage aufzuteilen und sich an der Konkurrenz zu orientieren, geht es bei Strategien zur Eroberung blauer Ozeane (SEOs) darum, die Nachfrage zu steigern und sich von der Konkurrenz zu lösen. Natürlich erläutern wir auch, wie man das macht. Wir führen zunächst analytische Tools und Formate ein, die Ihnen zeigen, wie man dieser Aufforderung systematisch nach-

kommen kann. Danach erklären wir, welche Prinzipien solche Strategien definieren und von einem auf den Wettbewerb ausgerichteten strategischen Denken unterscheiden.

Unser Ziel besteht darin, die Formulierung und Umsetzung von Strategien zur Eroberung blauer Ozeane ebenso systematisch und realisierbar zu machen wie den Wettbewerb in den roten Wassern der bekannten Märkte. Nur dann nämlich können die Unternehmen die Eroberung blauer Ozeane so angehen, dass die Chancen maximiert, die Risiken hingegen minimiert werden. Kein Unternehmen – sei es nun groß oder klein, etabliert oder ein Neuling – kann und darf es sich leisten, auf den Zufall oder die Intuition seiner Chefetage zu setzen.

In dieses Buch sind über 15 Jahre Forschung, mehr als ein Jahrhundert zurückreichende Daten und eine Reihe von in der *Harvard Business Review* erschienenen Artikeln sowie wissenschaftlichen Aufsätzen zu verschiedenen Dimensionen dieses Themas eingeflossen. Die hier präsentierten Ideen, Tools und Formate wurden im Laufe der Jahre von Unternehmen in Europa, den USA und Asien in der Praxis erprobt und verfeinert. Unser Buch baut auf dieser Arbeit auf und erweitert sie; es spannt einen Bogen über die Ideen, sodass ein umfassender Rahmen entsteht. Dabei geht es nicht nur um die analytischen Faktoren hinter der Entwicklung von SEOs, sondern auch um die so wichtigen menschlichen Aspekte (wie erzeugt man in einer Organisation und ihren Leuten die Bereitschaft, diese Ideen auszuführen?). Die Unternehmen müssen lernen, wie man Vertrauen und Engagement aufbaut und wie wichtig die intellektuelle und emotionale Anerkennung ist. Genau das wird in den Kern der Strategie gestellt.

Dort draußen hat es schon viele Gelegenheiten zur Eroberung blauer Ozeane gegeben. Mit jeder, die genutzt wurde, dehnte das Marktuniversum sich weiter aus. Wir sind überzeugt, dass dies die Wurzel allen Wachstums ist. Wie man blaue Ozeane systematisch erobern kann, wird jedoch in der Theorie wie in der Praxis noch kaum verstanden. Lesen Sie unser Buch, damit Sie die Ausdehnung der Märkte in Zukunft vorantreiben können!