

BLAUER-OZEAN-STRATEGIE

 Dauer	 Schwierigkeitsgrad	 Gruppengröße	 Moderation	 Materialien
1h	  	   	hilfreich	Vorlagen, Papier, Stift

Ziel:

Die Blaue-Ozean-Strategie strebt nach Differenzierung des Unternehmens, um einen neuen Marktraum zu erschließen und neue Nachfrage zu schaffen.

Kurzbeschreibung:

Es geht darum, einen konkurrenzlosen Marktraum (blauer Ozean) zu schaffen, um damit den Wettbewerb irrelevant zu machen. Der Marktraum mit großer Konkurrenz wird als „roter Ozean“ beschrieben. Kurz gesagt geht es um, **die Erschließung neuer/unberührter Märkte (blauer Ozean), anstatt dem Preiskampf im Haifischbecken eines Marktes mit großer Konkurrenz (roter Ozean).**

Die Blaue-Ozean-Strategie hat eine Vielzahl unterschiedlicher Werkzeuge. Eine davon ist der Strategie Canvas. Er ermöglicht Unternehmen, in einem einfachen Bild alle Faktoren, mit denen eine Branche konkurriert und was die strategischen Profile der wichtigsten Akteure sind, zu sehen. Die horizontale Achse auf dem Strategie Canvas erfasst die Bandbreite der Faktoren, mit denen eine Branche konkurriert und in die sie investiert, während die vertikale Achse die relative Ausprägung der Faktoren erfasst.

Ablauf:

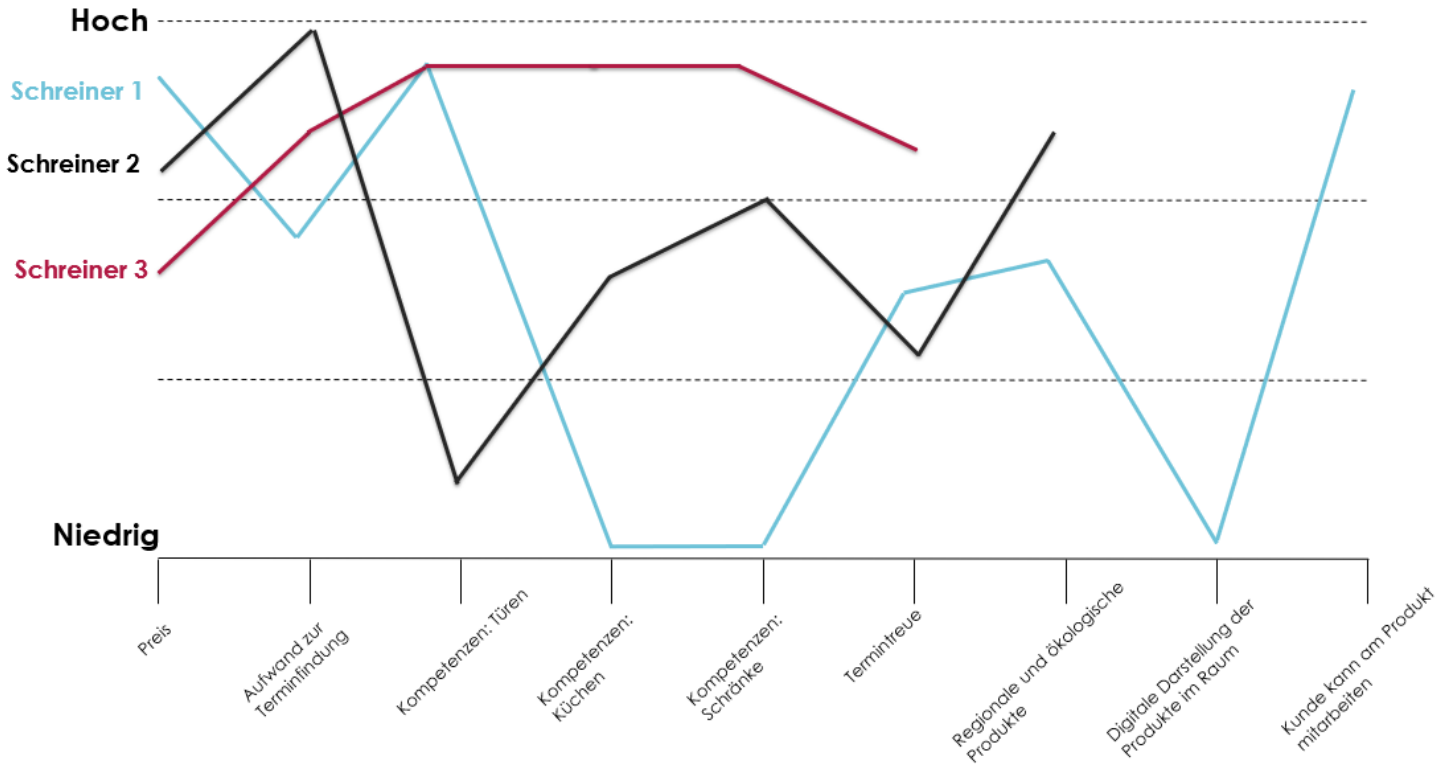
- Hauptfaktoren für Ihren Markt (in dem Sie tätig sind) feststellen
 - Ca. 5-10 Stück
 - Preis ist immer der erste Faktor
- Zeichnen Sie die Kurve für Ihre Dienstleistung/Ihr Produkt über eine Unterscheidung durch niedrig/hoch der jeweiligen Faktoren ein
- Zeichnen Sie weitere auf dem Markt vorhandenen Dienstleistung/Produkte, die Ihre Mitbewerber anbietet als Kurven ein.
 - Unterscheidung hohe oder niedrige Ausprägung der Faktoren

Zu beachten:

Der Strategie Canvas zeigt eine IST-Situation Ihrer Dienstleistung, ihres Produkts oder das Profil des ganzen Unternehmens im Markt auf. Über zusätzliche neue Faktoren oder eine Anpassung der Faktoren im Vergleich zum Markt kann eine Differenzierung stattfinden und der „Aufbruch“ in den „blauen Ozean“ gelingen.

BLAUER-OZEAN-STRATEGIE

BEISPIEL



BLAUER-OZEAN-STRATEGIE

Das Vier-Aktionen Format:

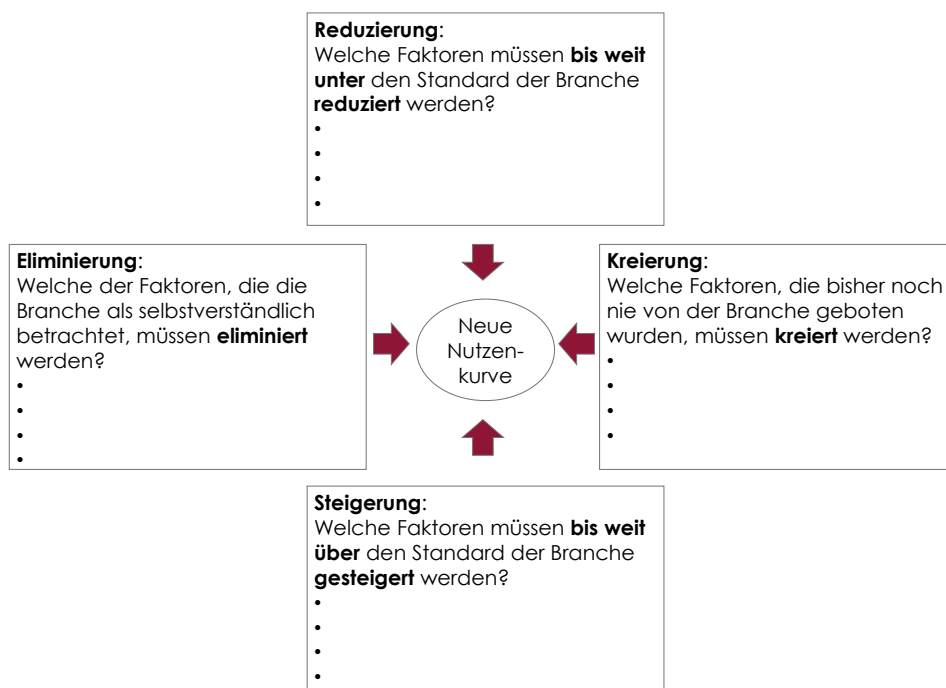
Weiterführend in der Blauen-Ozean Strategie kann über das Vier-Aktionen Format ein neuer Strategie Canvas entwickelt werden, mit dem Ziel einer neuen Ausrichtung für ein Geschäftsmodell.

Ziel:

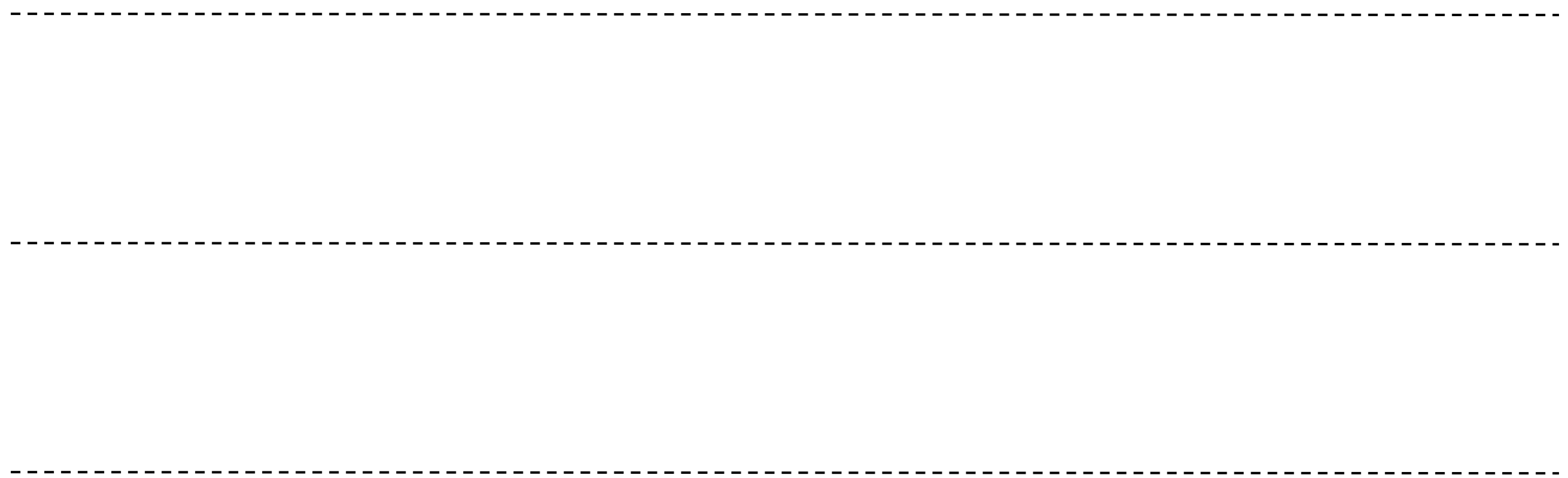
Zur Erzeugung neuer Nutzenkurven müssen die Faktoren die den Nutzen gegenüber einem Käufer bestimmen umgestaltet werden.

Ablauf:

1. Benennen Sie die Faktoren aller vier Felder (Teilweise sind diese schon die Hauptfaktoren der strategischen Kontur)
 - Welche der Faktoren, die die Branche als selbstverständlich betrachtet, müssen **eliminiert** werden?
 - Welche Faktoren müssen **bis weit unter** den Standard der Branche **reduziert** werden?
 - Welche Faktoren müssen **bis weit über** den Standard der Branche **gesteigert** werden?
 - Welche Faktoren, die bisher noch nie von der Branche geboten wurden, müssen **kreiert** werden?
2. Hauptfaktoren für Ihren Markt basierend auf dem Vier-Aktionen-Format
3. Einordnung der unterschiedlichen Services/Produkte auf dem Markt (Differenzierung durch niedrig und hoch) als Kurven einzeichnen
 - 3-4 Produkte/Services oder Gruppen



Hoch



Niedrig

Preis

Reduzierung:

Welche Faktoren müssen **bis weit unter** den Standard der Branche **reduziert** werden?

-
-
-
-

Eliminierung:

Welche der Faktoren, die die Branche als selbstverständlich betrachtet, müssen **eliminiert** werden?

-
-
-
-

Kreierung:

Welche Faktoren, die bisher noch nie von der Branche geboten wurden, müssen **kreiert** werden?

-
-
-
-

Neue
Nutzen-
kurve

Steigerung:

Welche Faktoren müssen **bis weit über** den Standard der Branche **gesteigert** werden?

-
-
-
-

Hoch

Niedrig

Preis

Eliminierung

Reduzierung

Steigerung

Kreierung

