

# Wettbewerbsstrategien (Porter)



Wie kann ich im Wettbewerb gewinnen?

		Strategischer Vorteil	
		Differenzierung	Kostenvorsprung
Zielmarkt	Gesamtmarkt	Strategie der Qualitätsführerschaft	Strategie der Kostenführerschaft
	Teilmarkt	Qualitätsführerschaft in der Nische	Kostenführerschaft in der Nische



**Sie sind im Vorstand eines mittelständischen österreichischen Printmedienunternehmens. Bislang bieten Sie eine Tageszeitung an, mit der Sie im Wettbewerb zu anderen Printmedien eine Stuck-in-the-Middle Position einnehmen.**

- Würden Sie diese Positionierung verändern? Falls ja, welche strategische Stoßrichtung würden Sie wählen?

# Blue Ocean Strategie (I)



Wie kann ich im Wettbewerb gewinnen?

„Find out what everybody else is doing, then do it differently.“



URL: [2open.biz/a-six-step-strategy-to-find-blue-ocean-for-ecommerce-in-china/](https://2open.biz/a-six-step-strategy-to-find-blue-ocean-for-ecommerce-in-china/)



### Wie kann ich im Wettbewerb gewinnen?

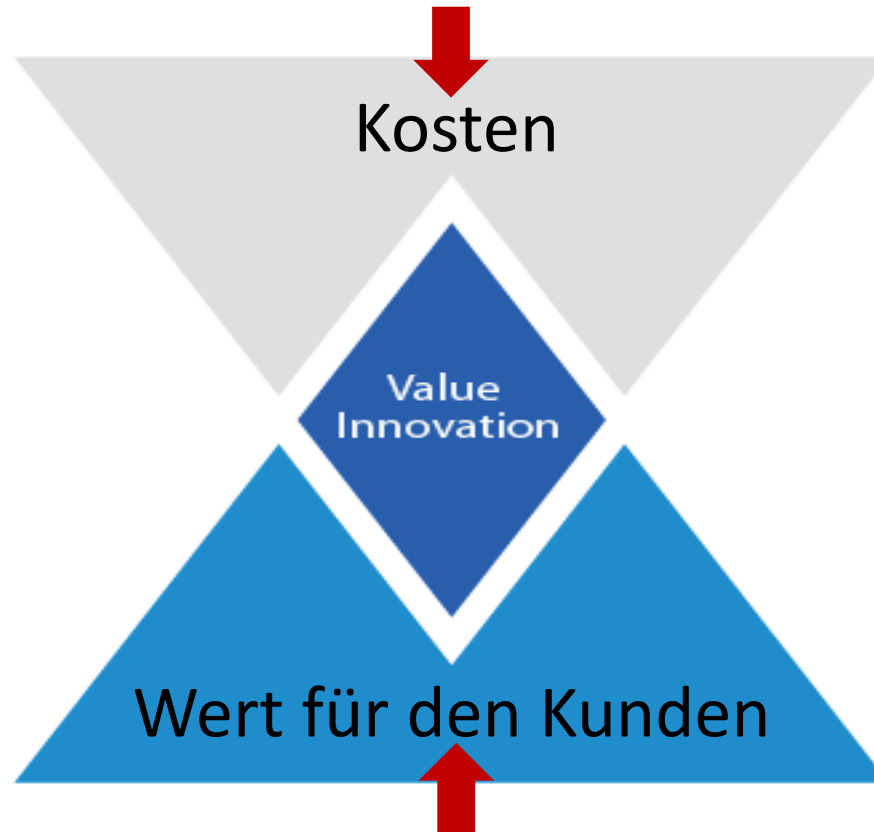
#### Wie kann ich den Wettbewerb irrelevant machen?

- Werkzeug: Value innovation
- Value-Innovation stellt bestehende Regeln in der Branche in Frage. Mit ihr können Produkte und Leistungen mit völlig neuer Nutzenstruktur entwickelt werden.
- 4 Fragen:
  - Welche Werte, die als Branchenstandards gelten, sind nicht relevant und können demzufolge vernachlässigt oder eliminiert werden?
  - Welche Werte, die als Branchenstandards gelten, haben nur geringe Relevanz und können daher reduziert werden?
  - Welche Werte sind aus der Sicht des Kunden relevant, werden aber nicht zu dessen Zufriedenheit erfüllt und sollten deshalb verbessert werden?
  - Welche Werte, die von der Branche derzeit nicht erfüllt werden, sind für die Kunden relevant und sollten daher neu eingeführt werden?

## Blue Ocean Strategie (III)



Wie kann ich im Wettbewerb gewinnen?



Kim /Mauborgne (2005), p. 15.

# Referenzen:



**Kim, W./Mauborgne, R.: Blue Ocean Strategy, Expanded Edition of the international Bestseller, Harvard Business Review Press, 2015. ISBN: 978-1625274496**