

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I Einführung

- 1 Vom konventionellen Strategischen Management zur Blue Ocean Strategy®** ..... 3  
Thomas Heupel, Thomas Barsch, Tim Niesar und Vedat Yesilkaya

## Teil II Methode

- 2 Der Einsatz von Blue Ocean Strategy® und Design Thinking in Unternehmen im Rahmen eines Innovationsmanagements** ..... 33  
Laura Bersch
- 3 Cross Industry Business** ..... 45  
Zeynep Yaman und Thomas Abele
- 4 Blue Ocean® Enterprise – Unternehmen des Gelingens** ..... 59  
Heribert Gathof
- 5 Die sieben Erfolgsfaktoren in der Anwendung der Blue Ocean Strategy®** ..... 69  
Holger Trautmann

## Teil III KMU/Mittelstand

- 6 Blue Ocean Strategy® – Eignung und Handlungsempfehlungen für kleine und mittlere Unternehmen** ..... 91  
Klaus Deimel, Mischa Ellenberger und Christian Hennecke
- 7 Blaue Ozeane als strategisches Ziel: Risiko oder Chance für den Mittelstand?** ..... 105  
Thomas Heupel und Gero Hoch

<b>8</b>	<b>Saftige Innovationen für die Hotellerie</b> . . . . .	123
	Corinna Tentrup-Tiedje und Theo M. Schlaghecken	
<b>9</b>	<b>Erfolgreiche Anwendung der Blue Ocean Strategy® im Mittelstand</b> . . . . .	133
	Aida Causevic und Thomas Heupel	
<b>Teil IV Dienstleistung</b>		
<b>10</b>	<b>Innovationsfindung in der Prüfbranche</b> . . . . .	153
	Michael Weppler	
<b>11</b>	<b>Neue Wege in der Begleitung bei Demenz</b> . . . . .	163
	Susanne Barsch	
<b>12</b>	<b>AXA Pflegewelt</b> . . . . .	175
	Hans-Josef Schmitz	
<b>13</b>	<b>Wie das Energieversorgungsunternehmen ENTEGA AG neue Wege geht und Kommunen befähigt, unser Klima zu schonen</b> . . . . .	187
	Caroline Will, Christoph Hain und Steffen Frischat	
<b>14</b>	<b>RPR1. vereinsleben.de: Das neue Community-Geschäftsmodell</b> . . . . .	199
	Kristian Kropp	
<b>Teil V E-Mobility</b>		
<b>15</b>	<b>Evaluation alternativer Automotive-Innovationen</b> . . . . .	213
	Steffen Schmenn und Thomas Heupel	
<b>16</b>	<b>Blaue Ozeane auch in grauen Bergen?</b> . . . . .	227
	Lars Buche	
<b>17</b>	<b>Evaluierung alternativer Konzepte von elektrischen Kraftfahrzeugen zur Verbesserung der Umweltbilanz in Megacitys mithilfe der Blue Ocean Strategy®</b> . . . . .	239
	Alexander M. Seidler und Thomas Heupel	
<b>Teil VI International Perspective</b>		
<b>18</b>	<b>Development and Implementation of New Business Area “Informatics”</b> . . .	265
	Claus-Peter Reisinger	
<b>19</b>	<b>Blue Ocean Strategy® in China—Successful Examples in E-Commerce</b> . . .	275
	Weifangzi Li and Thomas Heupel	

---

<b>20</b>	<b>Analysis: How Nintendo Created a New Market through the Strategic Innovation Wii</b> .....	299
	Jörg Ziesak and Thomas Barsch	
<b>21</b>	<b>A Journey to the Blue IT Ocean</b> .....	327
	Steffen Weimann	
<b>Teil VII Toolbox</b>		
<b>22</b>	<b>Blue Ocean Strategy® Toolbox</b> .....	343
	Thomas Barsch	