

ALEX DÜSSELDORF FISCHER

# REICHER ALS DIE GEISSENS

Mit null Euro Startkapital in fünf  
Jahren zum Immobilien-Millionär

**Mehr kostenlose Inhalte und Kurse unter:**

[www.alex-fischer-duesseldorf.de](http://www.alex-fischer-duesseldorf.de)

© Alex Fischer | Hüttenstr. 31b | 40215 Düsseldorf

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk darf – auch teilweise –  
nur mit Alex Fischers Genehmigung wiedergegeben werden.

Inhalt: Alex Fischer

Herausgeber: AF Media GmbH, Opladener Straße 149, 40789 Monheim  
Herstellung: A8 Medienservice GmbH: [www.berliner-buchdruck.de](http://www.berliner-buchdruck.de), Berlin  
Projektmanagement & Design: [www.buchkodex.de](http://www.buchkodex.de), Düsseldorf

ISBN 978-3-9818061-0-6

# Die Königsdisziplin: strategische Planung

---

Leider ist das Wort „Strategie“ das wohl meistmisshandelte im Wirtschaftsleben. Und ich kriege regelmäßig Schmerzen, wenn Leute über „Strategien“ sprechen. Warum das so ist? Weil ganz normale operative/taktische Vorgehensweisen als „Strategie“ bezeichnet werden.

Unter anderem deswegen blieb mir die Macht des Werkzeuges strategische Planung lange Zeit verborgen. Das führte auch dazu, dass ich lange Zeit geniale Strategien nicht sehen konnte, was ich dir mit diesem Abschnitt ersparen möchte.

Zunächst zum besseren Verständnis die Definitionen dazu, auf deren Anwendung und genaue Verwendung ich dann im Nachfolgenden eingehen werde.

## Definitionen

**Strategie** von gr. „strategos“ = General, von „stratos“ = Armee und „agein“ = führen, also der übergeordnete Gesichtspunkt, wie man unter Ausnutzung der Ressourcen seine (militärischen) Ziele erreicht. Und das bei minimalem Verlust und maximalen Gewinnen.

**Planung** = die allgemein formulierte, schlaue Vorgehensweise/Idee, wie man einen Istzustand möglichst einfach in einen Idealzustand verwandelt.

**Wahre Expansion** = das Ausdehnen des eigenen Einflussbereichs in der Art und Weise, dass man das eroberte Gebiet anstrengungsfrei aufrechterhalten kann.

**Zweck von Strategie** = einen Krieg zu gewinnen

**Zweck von Taktik** = eine Schlacht (als Teil des Krieges) zu gewinnen

**Strategische Planung** = die übergeordnete, allgemeine Planung, wie man seine Ziele zu erreichen gedenkt. Hierbei achtet man sehr genau auf den sinnvollen, cleveren und brillanten Einsatz eigener Ressourcen, aber auch der Ressourcen und Strömungen, die in der Umgebung vorhanden sind. Man verfolgt das Ziel, bestehende Energievektoren (gerichtete Strömungen) zu koordinieren. Nämlich so, dass man bei seinen Zielsetzungen Rückenwind bekommt, anstatt „gegen den Strom“ zu schwimmen. All das mit der Absicht, die eigene Planung möglichst ressourcenschonend Wirklichkeit werden zu lassen, entgegen allen Hindernissen.

### Theorie? Nein, es ist Erfolgsdynamit ...

Klingt nach grauer Theorie? Glaube mir, es ist Dynamit. Lass uns also einsteigen: Man kann das Thema Strategie nicht verstehen, wenn man nicht weiß, wie es ursprünglich verwendet wurde: im Militär und in der Kriegsführung. Genau genommen hat sich die Wirtschaft erst seit der Industriellen Revolution mit Management und Strategie auseinandersetzen müssen. Die zivile Managementkultur ist also gerade einmal 200 Jahre alt, während man im Militär auf Tausende Jahre an Erfahrung zurückschauen kann.

Um dieses mächtige Werkzeug (strategische Planung) also verstehen zu können, sollte man sich zunächst einmal anschauen, was ein General in einer Armee für eine Aufgabe hat: Der General bekommt von seiner Regierung (im Geschäft wäre das die Geschäftsleitung) eine Zielsetzung, die es zu erreichen gilt. Bei Apple war es zum Beispiel im Jahr 2001 „den Musikmarkt erobern“.

Aber bleiben wir zunächst bei der militärischen Verwendung, da man hier die ganze Sache am leichtesten versteht.

### **Ein politisch unkorrektes Beispiel, das dir aber die Augen öffnen wird**

Nehmen wir an, du wärest der Generalstabschef von Deutschland, also der oberste Militärführer. Du würdest von der Regierung den Auftrag erhalten, Frankreich zu erobern und zu besetzen.

Deine Aufgabe als General wäre es, einen circa zweiseitigen strategischen Plan auszuarbeiten, wie man dieses Ziel mit möglichst geringen Verlusten und wenig Kraftaufwand erreicht. Und das Ganze gemäß obenstehender Definition, unter Vorhersehung möglichst aller Eventualitäten und unter Einbeziehung bestehender Kräfte und Strömungen.

#### **Weil du ein sehr schlauer General bist und dir deine Soldaten wirklich am Herzen liegen, arbeitest du folgenden (wirklich fiesen) strategischen Plan aus:**

1. Zunächst werden wir uns bei Frankreich einschleimen und mit ihnen einen Freundschafts- und Brüderschaftsvertrag schließen.
2. Gleichzeitig schicken wir Agenten nach Paris, die die Aufgabe haben, innerhalb des Landes Unruhe zu stiften. Sie werden Widerstand, Demonstrationen und Unruhen organisieren. Außerdem sollen diese Agenten oppositionelle und revolutionäre Gruppen finanzieren, so dass innerhalb Frankreichs ein möglichst großes Durcheinander gestiftet wird. Dies stellt sicher, dass Frankreich zu beschäftigt ist, um zu merken, was hinter seinem Rücken abläuft.
3. Gleichzeitig schließen wir mit den Spaniern, die eine gemeinsame Grenze mit Frankreich haben, einen Geheimvertrag. Wir wissen, dass die Spanier ein hohes Interesse am Ausbau ihrer Marine haben. Darum versprechen wir ihnen Folgendes: Ihr helft uns, Frankreich einzunehmen, und dafür bekommt ihr das komplette französische Marineequipment.

4. Dann, wenn unsere Agenten im Inneren Frankreichs genug Durcheinander angeordnet haben, bitten wir die Spanier, ihre gesamten Panzer vor der französischen Grenze aufzufahren und sich möglichst bedrohlich für Frankreich zu verhalten. Frankreich wird natürlich (durch die inneren Verwirrungen geschwächt, die Geheimdienstarbeit überlastet) sofort in Alarmbereitschaft versetzt werden.
5. Was werden die Franzosen machen? Natürlich – sie werden ihr gesamtes Kriegsgerät (Panzer, Artillerie, Bataillone etc.) an der spanischen Grenze zusammenziehen. Da mit Deutschland ja ein Brüder- und Freundschaftsvertrag besteht, wird man diese Grenze natürlich als sicher ansehen.
6. Jetzt würde Deutschland Frankreich kontaktieren, scheinheilig behaupten, wie böse die Spanier doch seien, und seine Hilfe anbieten.
7. Die Franzosen wären natürlich begeistert und würden ganz freiwillig ihre deutsche Grenze für deutsche Panzer und Armeen öffnen.
8. Die deutsche Armee würde in aller Seelenruhe durch Frankreich marschieren und dann auf Höhe von Paris über Nacht den Regierungssitz übernehmen. Sobald sich also die Atomwaffenkontrollcodes in unseren Händen befinden, klären wir den Schwindel auf nach dem Motto „Ätsch, reingefallen ...“.

Wie viele deiner Soldaten wären dabei wohl ums Leben gekommen? Wahrscheinlich zehn. Sie hätten sich totgelacht ...

Nur zum korrekten Verständnis: Meine Partnerin ist Halbfranzösin und ich liebe Frankreich. Trotzdem wird auf diese Weise (und glaube mir, das läuft heute noch immer so) in militärischen Angelegenheiten gehandelt.

Man muss natürlich wissen, dass die Wissenschaft der Militärstrategie schon Tausende von Jahren alt ist, während die organisatorische und Business-Strategie erst seit wenigen Jahrhunderten in Anwendung ist. Ich will dir auch mit diesem Beispiel keine Anregung zu hinterhältigen Techniken, wie sie im Militär benutzt werden, geben.

Meine Seminare über strategische Planung haben mir aber gezeigt, dass das Fachgebiet am leichtesten über dieses Beispiel verstanden wird. Wenn du jetzt noch einmal auf oben genannte Definitionen schaust, wird dir ziemlich klar werden, was damit gemeint ist.

## **Die Apple-Strategie**

Das beste Beispiel für strategische Planung gibt sicherlich die Firma Apple. Nehmen wir mal an, Steve Jobs hätte bei seiner Rückkehr zu Apple 1997 das strategische Ziel ausgerufen, „den PC-Markt zu erobern“. Wäre Apple dieses Ziel ohne intelligente strategische Planung angegangen, wäre es ein Desaster geworden. Menschen mögen keine Veränderung, und warum sollte man sich vom altbekannten Windows auf das meinerwegen praktischere, aber für die meisten User völlig neue Apple-System umgewöhnen wollen?

## **Die genialen Schachzüge**

Apple machte also Folgendes: Sie suchten sich einen gänzlich unbesetzten Markt (digitale Musik) und bauten nicht einen mp3-Player, sondern einen gesamten „Musikkosmos“.

Dieser Kosmos beinhaltete, dass man 1.000 Songs in seiner Tasche dabei haben, alte CDs archivieren und Musik direkt online kaufen konnte, die sich voll automatisch mit dem iPod synchronisiert. Apple bot der Musikindustrie eine Lösung für die Probleme, die sie mit digitalen Märkten hatte (Raubkopien, keine ausgereiften digitalen Vermarktungsmöglichkeiten, Einsparung teurer Vertriebswege etc.).

Da der iPod toll designt und dank iTunes extrem leicht zu bedienen war, wurde dieses Produkt der Verkaufsschlager. Das Ganze war allerdings auch nur deswegen möglich, weil Apple einen völlig neuen Markt eröffnete (das ist übrigens eine strategische Richtlinie von Apple; diese Firma geht nie auf Verdrängungsmärkte, sondern eröffnet immer eigene Märkte).

So ging es auch mir. Ich kaufte mir relativ schnell den iPod. Ich hasste es nämlich, CDs kaufen zu müssen, auf denen mich eigentlich nur ein Song interessiert, oder dass ich mir meine Musik nicht individuell zusammenstellen konnte. Zumindest nicht ohne illegale Downloads.

Einige Zeit später kam das iPhone heraus, als Apple wieder durch eine Innovation und einen kompletten Kosmos (Musik, Video, Apps und E-Books) den Telefonmarkt komplett aufrollte. Während Nokia 20 verschiedene Modelle hatte (weil Leute ja individuelle Telefone wollten), löste Apple das Problem anders.

Apple baute das iPhone so, dass es sich jeder selbst individuell gestalten konnte. Das gefiel den Usern viel besser, und für Apple war es sehr vorteilhaft, da die Entwicklungskosten für individuelle Prototypen sehr hoch sind. Und es hat natürlich Vorteile, nur ein Modell entwickeln zu müssen anstatt 20. Außerdem kann man natürlich bei einem Produkt exzellenter sein, als wenn man seine Produktdesigner auf 20 Produkte aufteilen muss.

Ich wehrte mich damals noch gegen das iPhone, da ich die physische Tastatur des Nokia Communicator bevorzugte. Doch als immer mehr Freunde mir zeigten, was für coole Apps es gab, von finanzmathematischen Rechnern bis zu Computerspielen etc., war mir irgendwann klar, dass jeder Widerstand zwecklos war. Also kaufte ich mir ein iPhone. Die Bedienung war für mich sehr leicht, da ich ja über den iPod schon an iTunes gewöhnt war (sehr schlau!).

Hier benutzt Apple übrigens die gute, alte Rockefeller-Strategie: Verschenke die Öllampe und verdiene am Öl (Rockefeller wurde damals, als es noch keine Elektrizität gab, reich damit, Öllampen zu verschenken und das tatsächliche Geld mit der Belieferung mit Öl zu verdienen).

Einige Zeit später kam das iPad heraus, das die logische Weiterentwicklung des iPhones war. Natürlich kaufte ich mir das auch, da ich mich auch hier nicht umstellen musste. Als ich dann mein Loft ausbaute, fragte mich der Elektriker, ob ich auch gerne „Video on Demand“ hätte.

Ich sagte: „Klar!“ Auf seine Frage, welches System wir denn gerne nutzen möchten (das der Telekom, eines anderer freier Anbieter oder Apple-TV), fragte ich ihn, was denn Apple-TV genau wäre.

Er sagte mir: „Es ist das Gleiche wie ein iPad. Die Basis ist iTunes und die Bedienung erfolgt über das TV-Gerät und eine Fernbedienung.“ Da ich mir bisher gar nicht vorstellen konnte, wie andere „Video on Demand“-Systeme funktionieren, entschied ich mich natürlich für Apple-TV. Es war ja wie iTunes ...

Irgendwann brachte Apple immer mehr Funktionen heraus, wie iCloud, automatische Backups etc. Ich stellte fest, dass die Apple-Systeme dann am besten zusammenarbeiten würden, wenn ich auch ein MacBook hätte. Und so war ich bereit, den Aufwand der Umstellung von Windows auf Apple hinzunehmen. Steve Jobs hatte mich also in ganz kleinen Schritten von einem mp3-Player- zum Apple-Vollnutzer gemacht. Sehr schlau.

## **Weitere geniale Strategien von Steve Jobs**

Aber das war nicht die einzige schlaue Strategie: Steve Jobs wusste natürlich, dass elektronische Geräte nur so gut sind wie die Software darauf.

Nokia löste dieses Problem, indem es Hunderte festangestellte Programmierer hatte, die Software für die eigenen Telefone programmierten. Das war teuer und musste aufwendig gemanagt werden. Die Arbeit war natürlich mittelmäßig, da die Programmierer auch nur mittelmäßig motiviert waren. Sie tauschten nämlich Zeit gegen Geld.

Und deswegen machte Steve Jobs beim iPhone Folgendes: Er ließ ein paar Apps programmieren, zur Demonstration der Möglichkeiten des iPhones (Taschenrechner, Aktienkurse, Wetter etc.). Doch anstatt Hunderte Programmierer einzustellen, fokussierte er sein Team auf nur zwei Dinge:

1. einen extrem leicht zu bedienenden App Store zu programmieren,
2. ein Programmierer-Werkzeug zu programmieren, mit dem fremde Leute nach Lust und Laune Software produzieren können. Er hatte nämlich herausgefunden, dass es auf der ganzen Welt sehr viele kreative Programmierer mit tollen Ideen gab, die jedoch alle ein Problem hatten: keine Vertriebswege für ihre Software. Wie sollten sie ihre tollen Programme und Apps verkaufen?

Jobs machte also Folgendes: Er stellte einen Marktplatz (iTunes und App Store) zur Verfügung und ein Programmiertool, mit dem es sehr leicht war, Apps zu programmieren. Dieses Programmiertool hatte einen Preis von 450 Dollar und sorgte am ersten Abend dafür, dass 80 Millionen US-Dollar Einnahmen aus dem Verkauf entstanden.

Wie genial ist das denn? Anstatt sich Fixkosten mit unmotivierten Programmierern ans Bein zu binden, spannte er einfach alle Programmierer der Welt ein, kostenlos Software zu programmieren, die die Produkte von Apple immer attraktiver machten.

Er sparte sich nicht nur die Kosten für die Softwareentwicklung, nein, er verdiente auch noch Geld am Programmiertool. Und sobald eine App über den App Store verkauft wird, kassiert Apple 30 %. Das Lustige dabei ist aber, dass alle Beteiligten extrem happy sind, weil es Jobs einfach genial verstand, die unterschiedlichen Bedürfnisse perfekt miteinander zu verknüpfen. Und in der Mitte aller Verknüpfungen sitzt: Apple.

Ich habe mich sehr lange damit beschäftigt, sämtliche Strategien Apples auszuknobeln, um von ihnen zu lernen. Ich denke, ich kenne inzwischen 90 %, jedoch würde deren Behandlung den Rahmen dieses Buches weit sprengen und wäre Stoff für ein getrenntes Buch.

### **Bill Gates: Durch nur eine geniale Strategie zum Milliardär**

Bill Gates von Microsoft brachte im April 1981 die Version 1.0 von MS-DOS (Microsoft Disk Operating System) heraus. MS-DOS war das Vorgängerbetriebssystem des späteren Microsoft Windows (das genau

genommen auch ein wenig von Apple abgekupfert wurde). Bill Gates hatte einem anderen Programmierer die Grundversion von MS-DOS, die damals anders hieß, für 50.000 US-Dollar abgekauft.

Diese Software stellte er dem damaligen Marktführer für Personal Computer, IBM, zu einem recht günstigen Preis zur Verfügung. Er konnte IBM davon überzeugen, dass es wesentlich schlauer wäre, seine PCs von Anfang an mit einem Betriebssystem auszustatten. Zu diesem Zeitpunkt war es nämlich üblich, bloß die reine Hardware auszuliefern.

Er erklärte den Managern von IBM, dass sie sich viel größere Märkte erschließen könnten (nicht nur von Computerfreaks, da man ja Informatiker sein musste, um einen Computer überhaupt mal zum Laufen zu kriegen), auch den breiten Markt der allgemeinen User. Das überzeugte IBM, und „zufällig“ hatte er auch schon eine Lösung dafür ... Der Rest ist Geschichte.

Anstatt also mit MS-DOS loszumarschieren, eigene Vertriebsstrukturen aufzubauen, Werbung zu machen etc., übernahm er in gewisser Weise einfach die bestehende riesige geschäftliche Infrastruktur von IBM. IBM verkaufte nämlich mit seinen Tausenden Außendienstmitarbeitern und über Jahrzehnte gewachsenen Strukturen mal so ganz nebenbei das Microsoft-Produkt. Ohne diese Strategie wäre Bill Gates nur ein kleiner Fisch mit einer mittelmäßig erfolgreichen Softwarefirma.

## **Die Oprah-Strategie**

Weißt du, wer aktuell die mächtigste Frau der Welt ist? Nein, es ist nicht die amerikanische First Lady, sondern es ist die amerikanische Talkshow-Moderatorin Oprah Winfrey. Warum, fragst du dich jetzt?

Ganz einfach: Oprah ist inzwischen so einflussreich, dass, wenn sie einen amerikanischen Präsidentschaftskandidaten favorisiert, er mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit gewinnen wird. Wie hat sie das geschafft? Wenn man weiß, dass Oprah aus ganz einfachen, niedrigen Verhältnissen kam, ist das umso verwunderlicher.

Oprah hat jedoch eine einzige Strategie seit Jahren konsequent gefahren: Wenn man prominente Persönlichkeiten interviewt, strahlt ein Teil der Prominenz und Öffentlichkeitswirksamkeit auf den Interviewer ab. Wenn man dann noch als Interviewer darauf achtet, dass man seinen Interviewpartner stets gut dastehen lässt, so zieht einen dies automatisch mit nach oben.

Würdest du zum Beispiel ein professionell produziertes Video-Interview mit einem Prominenten aufnehmen und der Prominente würde in einem sehr guten Licht dastehen, was würde dieser dann machen? Richtig – er würde dieses Video an seine Kontakte weiterleiten. Und wen sehen seine Kontakte neben ihm? Richtig. Sie würden dann dich sehen.

Natürlich hat Oprah nicht bei Präsidentschaftskandidaten angefangen (wie auch, ohne Namen am Anfang?), sondern vielleicht erst einmal bei Bürgermeisterern. Und so hat sie sich dann Stück für Stück von Bürgermeisterern zu Senatoren bis zu Präsidentschaftskandidaten hochgearbeitet (bzw. bei Schauspielern von C-Promis über B-Promis zu A-Promis ...). Du siehst also, fast alle großen Erfolgsgeschichten haben immer eine Strategie, ohne die sie nie so groß geworden wären.

**Ich habe in den letzten 15 Jahren 27 Hauptstrategien isolieren können, plus die dazugehörigen Grundlagen und Fundamente. Daraus ist eine elfseitige Checkliste entstanden, anhand derer man sein Leben und sein Business strategisch überarbeiten kann. Inzwischen muss ich feststellen, dass in letzter Zeit kaum noch neue Strategien dazugekommen sind. Sämtliche neuen Erfolgsmodelle scheinen immer nur eine Kombination dieser Hauptbausteine zu sein.**

Um ehrlich zu sein, ist mein Lieblingsfachgebiet strategische Planung und schlaue Strategien zu entwickeln, so dass man extrem leicht an sein Ziel kommt. Wenn dich dies auch interessiert, dann schau mal auf meine Website. Denn dort werde ich diese strategische Checkliste in Form eines Videokurses veröffentlichen, der jeden einzelnen Punkt genau erklärt.

### **Resümee von Teil 1 und 2 dieses Buches:**

Du siehst also, Erfolg hat sehr viel mit Wissen, Strategie und Durchhaltevermögen zu tun. Tatsächlich sind der Erfolg und das daraus resultierende Geld in keiner Weise anrühlich. Das denken nur die Ahnungslosen, die einfach nicht wissen, was alles hinter einem großen Erfolg steht. Sie sehen nur die Spitze des Eisberges.

Du hast jetzt schon etwas mehr als die Spitze des Eisberges gesehen, jedoch konnte ich in dieses Buch nur etwa 5 % dessen packen, was es meiner Meinung nach zu wissen gibt.

Du musst auch nicht alles wissen. Wie viel, hängt natürlich davon ab, welche Ziele du verfolgst und wo du irgendwann mal sein möchtest. Wenn du aber diesen Content bisher cool fandest, dann kann ich dir versichern, dass das, woran ich gerade an meiner Seite baue, dir wirklich Spaß machen wird.

Dort will ich nämlich zu allen Sektionen des Lebens gemäß Pareto die wichtigsten Informationen zusammentragen, die ich alle persönlich auf Anwendbarkeit und Durchführbarkeit getestet habe. **Jetzt hast du all die Grundlagen, um gemäß Teil 3 dieses Buches die Geldmaschine erfolgreich bauen und betreiben zu können.**

---

---

#### **Teste dein Verstehen:**

- + Wie lauten die sechs unumgänglichen Definitionen, die du zu „strategischer Planung“ kennen solltest?
- + Warum ist es sinnvoll, sich mit „strategischer Planung“ auseinanderzusetzen, wenn man nicht „den Rhein flussaufwärts schwimmen“ möchte?
- + Liste fünf schlaue Strategien auf, die du kennst.
- + 14 weitere Coachingfragen und Übungen zum Kapitel findest du auf Seite 55 der „90-Tage-Challenge“ im Workbook Nr. II. Wenn du es vorziehst smart zu sein, statt ein schwitzender „Galeerensklave“, solltest du diese durcharbeiten.