

# Der mit dem Wort tanzt

## Interview mit Rhetorik-Papst Rolf H. Ruhleder

Rolf H. Ruhleder gilt als Star unter den deutschen Rhetorik- und Verkaufstrainern. Der promovierte Betriebswirt leitet in Bad Harzburg sein eigenes Management Institut (MIR). Pro Jahr führt das MIR mehr als 250 Seminare durch, davon 200 firmeninterne Veranstaltungen. Trotz seines engen Terminplans traf sich Rolf H. Ruhleder nach einer Veranstaltung mit 400 Teilnehmern in der Börse Frankfurt mit Top Magazin Redakteur H. S. auf seiner Durchreise in „Schwarz das Restaurant“ in Heidelberg



**TM:** Gestern Abend Frankfurt, morgen Mittag die Bühler-Höhe in Baden-Baden, nächste Woche das Ritz Carlton Cannes. Ein Seminar reiht sich an das nächste. Geht dies das ganze Jahr so?

**Rolf Ruhleder:** Ja, in diesem Jahr hat mich die Nachfrage endgültig überrannt. Nur im Juli/August gönne ich mir eine Auszeit auf Mallorca, doch selbst diese wird durch mehrere Flüge nach Deutschland zu Großveranstaltungen unterbrochen. So habe ich gerade erfahren, dass für meine Veranstaltung am 07. Juli in Stuttgart 630 Teilnehmer angemeldet sind und 400 weitere stehen auf der Warteliste.

**TM:** Sie schulen sowohl in 3-Tage-Seminaren mit 10-14 Teilnehmern in den besten Hotels Deutschlands, als auch intern in Unternehmen.

**Rolf Ruhleder:** Zusätzlich zu den von Ihnen genannten 3-Tage-Seminaren habe ich auch in diesem Jahr noch eine Vielzahl von Privatsimulacra für Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und mehrere Großveranstaltungen zwischen 500 und 1.300 Teilnehmern „im Programm“.

**TM:** Welchen Nutzen versprechen sich Ihre Teilnehmer davon?

**Rolf Ruhleder:** Bei den Einzeltrainings versprechen sich Politiker und Unternehmer - zum Beispiel für TV-Sendungen - Rhetorik-Techniken und Tipps für ihren Auftritt. So waren in diesem Jahr schon allein zwei Teilnehmer, die ich geschult habe, bei Frau Christiansen. (Ich war sehr zufrieden mit ihnen.) Die Großveranstaltungen sind eine Kombination von herzlichem Lachen und Showbusiness. Auch versuche ich alle Teilnehmer mitspielen zu lassen. Bei den Rhetorik- und Körpersprache-Seminaren ist es mir wichtig, allen Führungskräften mehr Souveränität und Sicherheit mitzugeben. Sie lernen, in jeder Situation besser zu überzeugen. (alternativ: „sich besser zu verkaufen“.)

**TM:** Auch die deutsche Wirtschaft kann sich nicht länger verschließen und wird immer dienstleistungslastiger. Somit wird die Bedeutung von Soft Skills für den beruflichen Erfolg immer größer. Spielt Ihnen das in die Hände?

**Rolf Ruhleder:** Ich gebe Ihnen Recht. Die Soft Skills werden immer wichtiger und der

Dienstleistungs-Sektor immer größer. Doch haben die deutschen Unternehmen wirklich diese Wertigkeit erkannt? Ich meine nein, denn sonst müssten meine 40.000 Trainerkollegen doch ein wenig besser ausgelastet sein. In der so genannten Bundesliga spielen maximal 10 Trainer. Was macht der Rest? Wichtig ist mir, dass dies nicht auf einen Rückschluss auf die Qualität und das Wissen meiner Kollegen abzielt. Ich glaube, dass viele fachlich mindestens so gut sind wie meine Person, doch sie können sich nicht so gut verkaufen.

**TM:** 51:49 - das ist Ihre Lieblingsformel. Was bedeutet sie?

**Rolf Ruhleder:** Das mindestens 51% Äußerlichkeiten und persönliche Dinge sind. Nur maximal 49% sind Fachwissen. Je höher sie in der Position kommen, machen die Äußerlichkeiten 80% bis 90% aus. Für den Rest haben Führungskräfte Spezialisten in ihrer Mannschaft.

**TM:** Können Sie uns einige Beispiele aus Wirtschaft und Politik nennen, die sich Ihrer Meinung nach ganz hervorragend verkaufen und gleichermaßen inhaltlich überzeugend sind?

**Rolf Ruhleder:** Oh ja, manche sind leider - leider - auch gut. Obwohl sie nicht „Ruhleder-geprägt“ sind! Ich denke an Hasso Plattner, der charismatische Begründer von SAP, Jochen Zeitz - Puma-Chef, Heinrich von Pierer und sein Nachfolger Klaus Kleinfeld. Klaus Kleinfeld war wegen seiner kommunikativen Klasse in Liebling der Presse. Auch der Ministerpräsident von Niedersachsen, Christian Wulff beweist, dass man lernen kann, sich hervorragend zu verkaufen. Auch gibt es Unternehmer-Dynastien - wie zum Beispiel die gesamte Familie Underberg - die sich hervorragend darstellen können.

**TM:** Wo wir schon einmal bei prominenten Menschen des öffentlichen Lebens sind. Warum verpflichten Sie viele Wirtschafts-bosse, Politiker, Künstler und Sportler zur Schweigsamkeit, wenn sie von Ihnen geschult werden

**Rolf Ruhleder:** Ich bedaure natürlich sehr, dass ich so wenig Namen nennen darf. So habe ich im letzten Jahr einem Ministerpräsidenten angeboten, auf die Hälfte des Honorars zu verzichten, wenn ich seinen Namen nennen darf. Leider musste ich den Namen sofort vergessen.



**TM:** Können Sie mir trotzdem Namen und Firmen nennen, die Sie geschult haben?

**Rolf Ruhleder:** Ja, schon. Von Künstlern bis hin zu Politikern. Justus Frantz - unser Klavierspieler, Jan Hofer - der Tagesschau-Sprecher, Bodo Hombach, Staatsminister Walter Momper - Berlin, HSV, Sony, Porsche, Bayer, GlaxoSmithKline und wenn es um Einzelteilnehmer geht, war das „who is who“ der deutschen Wirtschaftsunternehmen schon in meinem Seminar. Fast alle Dax-Unternehmen haben schon ihre Mitarbeiter entsandt.

**TM:** Kommen wir weg von denen, die es bereits geschafft haben, zu denen die auf dem Sprung sind. Begeben sich vermehrt Jüngere in Ihre Seminare?

**Rolf Ruhleder:** Oh ja, es kommen immer mehr Söhne und Töchter von Unternehmen und Vorständen. Das heißt, junge Akademiker, die nun in das Unternehmen ihres Vaters einsteigen. Viele Väter waren bei

mir, also soll auch der Nachwuchs durch eine harte Schule gehen.

**TM:** Es reizt mich schon die ganze Zeit, die immense Schlagfertigkeit, die man Ihnen nachsagt, zu testen. Erlauben Sie?

**Rolf Ruhleder:** Ich bitte sogar darum!

**TM:** Finden Sie, dass 3.000 Euro Seminargebühr pro Person für ein 3-tägiges Seminar, bzw. 15.000 Euro Tagesgage für eine firmeninterne Schulung wirklich im Verhältnis zum Nutzen der Teilnehmer stehen?

**Rolf Ruhleder:** 12.000 bis 15.000 Teilnehmer pro Jahr können nicht irren! Eine gute Nachricht verbreitet sich sechs Mal, eine schlechte 22 Mal. Dies ist ein amerikanischer Wert. Ich glaube jedoch, dass in Deutschland die Relation 1:10 ist: Eine gute Nachricht wird hingeworfen, eine schlechte wird 10 Mal verbreitet. Wenn diese Veranstaltungen nicht den Anforderungen meiner Führungskräfte und Verkäufer entsprechend würden, wäre ich wohl nicht von Ihnen zu diesem Interview ausgewählt worden.

**TM:** Tolle Antwort! Chapeau!! Wie Sie wissen befasst sich unser Magazin mit den schönen Dingen des Lebens. Sie tragen Maßanzüge, wohnen in den besten Hotels und haben eine Villa auf Mallorca. Dennoch sind dies Dinge, die man von einem Paradiesvogel wie Ihnen schon fast erwartet. Angenommen Sie hätten einen Wunsch frei, welcher wäre das?

**Rolf Ruhleder:** Im nächsten Interview einen Fehler von Ihnen...

**TM:** Ich verspreche Ihnen im nächsten Interview einige Fehler einzubauen. Herzlichen Dank für das (tolle) Gespräch.