

# Die Regeln des Rolf H. Ruhleder

Von Christoph Stockburger, veröffentlicht am 01.03.2010



Stuttgart - Rolf H. Ruhleder ist das, was man gemeinhin einen Verkaufs-Guru nennt. Ein harter Verfechter von Soft-Skills, der korrekte Manieren und souveränes Auftreten lehrt. Ihm eilt der Ruf voraus, Deutschlands teuerster Rhetorik-Trainer zu sein, nach eigenen Angaben hat er in seiner Laufbahn bereits 130.000 Verkäufer geschult. Die Auflage seiner 17 Bücher gehen in die Hunderttausende.

Die Kicker des Hamburger SV haben seine Seminare besucht, zahlreiche Politiker und Führungskräfte aus der Wirtschaft lassen sich von ihm trainieren und von VW über Hapag-Lloyd bis Beate Uhse buchen Unternehmen Kurse für ihre Mitarbeiter.

Das Management Institut Ruhleder (MIR) sitzt in Bad Harzburg und Zürich. Der Unternehmensgründer hält aber auch Seminare auf Mallorca. Von dort aus erzählt Rolf H. Ruhleder in einem Telefoninterview, worauf es beim Verkaufen ankommt – und warum er für seinen Führerschein keine müde Mark ausgeben musste.

## Herr Ruhleder, wann wurde Ihnen zuletzt etwas verkauft, das Sie eigentlich gar nicht haben wollten?

Das war ein wunderschönes Jackett, dass nur der Verkäuferin und mir gefiel. Als ich damit nach Hause kam hat mich meine Frau gefragt, ob jetzt Fasching ist.

## Lag es am Geschick der Verkäuferin?

Ja, da haben einfach die Äußerlichkeiten gestimmt. Darum geht es ja beim Verkaufen – das Fachliche kann ich ja im Vorhinein gar nicht beurteilen.

## Womit wir bei Ihrer Erfolgsformel wären...

Genau, 51: 49. 51 Prozent des Erfolges hängen von der Persönlichkeit ab und 49 Prozent vom Fachwissen. Das Fachliche soll zwar stimmen, ist aber in Relation nicht so wichtig wie die Äußerlichkeiten.

## Wann haben Sie für sich gemerkt, dass Sie aus Ihren rhetorischen Fähigkeiten Kapital schlagen können?

Kurz nach der Muttermilch. Ich wusste schon, dass ich etwas mit Marketing machen wollte, da gab es dieses Wort noch gar nicht. Ich hab zum Beispiel nichts für meinen Führerschein bezahlen müssen, weil ich dem Fahrlehrer einen Vorschlag gemacht habe: pro Fahrstunde, die ich gratis bekomme, liefere ich ihm einen Fahrschüler. Ich habe dann acht Leute angeworben, und mit dem neunten habe ich auch noch meine Grundgebühren erlassen bekommen. Damals war ich noch keine 18 Jahre alt und hab einfach gesagt ich bin n' doller Typ und habe viele Beziehungen.

## Mit welchen Methoden möbeln Sie das Auftreten ihrer Seminarteilnehmer auf?

Ich gebe ihnen vor allem mit, in allen Situationen sicher und souverän zu wirken. Dazu habe ich sieben Regeln aufgestellt (siehe unten). Zu oft höre ich vom Verkäufer zum Beispiel "ich" – besser er als "Ich kann ihnen beweisen..." ist jedoch "Sie können sich davon überzeugen...". Der Kunde muss im Mittelpunkt stehen, nicht der Verkäufer.

## In ihrem Seminar "Besser verkaufen" warnen sie die Teilnehmer vor den "Zwölf Fehlern des Verkaufsgesprächs". Nennen Sie uns bitte Beispiele.

Manchmal wird der Verkaufsabschluss zerredet, weil der Verkäufer viel zu viel weiß und nur sein Fachwissen aufzählt - und dabei gar nicht merkt, dass der Kunde längst bereit, ist zu kaufen. Zu den Fehlern zählen natürlich auch Unsicherheit und Arroganz oder wenn Missachtung der Intimdistanz. Und: "Nebensätze sind Nebensätze" – der Satzbau muss einfach sein. Ganz wichtig ist auch die innere Einstellung. Wenn ich mir im Vorhinein sage, das Gespräch wird blöd, dann reicht doch eine negative Aussage und ich fühle mich bestätigt.

## Sie geben seit über 25 Jahren Verkaufs- und Rhetorik-Seminare. Treten die Verkäufer heute grundsätzlich anders auf als früher?

Die Verkäufer müssen heute viel mehr Techniken beherrschen als früher. Sie müssen sich selbst noch mehr verkaufen.

## Funktionieren die Verkaufsmechanismen in allen Branchen gleich?

Ich glaube dass jeder Verkäufer meint, seine Branche sei die härteste. Die meisten zählen bei den Schwierigkeiten am Verkaufen auf, dass der Preis ihres Produktes zu hoch sei. Dabei liegen die Probleme in ganz anderen Bereichen. Der so genannte faciale Eindruck, also das Erscheinungsbild von der Kleidung bis um Gesichtsausdruck, macht beim Verkauf 67 Prozent aus.

Auftreten ist wichtiger als Fachwissen – diese Ansicht kann mitunter auch mal eine Bankenpleite verursachen, nicht wahr?

Natürlich, es gibt den Satz "Beispiele beweisen nichts – es gibt immer Gegenbeispiele". Dagegen komme ich auch nicht an. Denken sie doch an das eingangs erwähnte Jackett: Ich dachte, ich wäre ein guter Verkäufer, aber da hat mein gegenüber gewonnen.

## Machen Sie ihren Seminarteilnehmern klar, dass die 51 Prozent des Auftretens ohne das Fachwissen keine Substanz haben?

Ja, das sage ich ihnen auf jeden Fall. Viele würden gar nicht kommen können, wenn sie nicht die 49 Prozent Fachwissen haben. Allerdings kann man sich das auch im Nachhinein antrainieren.

## Ruhleders Regeln fürs Verkaufsgespräch:

1. Standort einnehmen
2. Blickkontakt mit dem Kunden halten (nicht nur mit dem, der nach Ihrer Meinung besonders wichtig ist)
3. Starker Einstieg und eindrucksvoller Schluss
4. Aufrecht stehen und sitzen
5. Positive Gestik oberhalb der Gürtellinie
6. Positive Mimik
7. Lautstärke und Modulation halten