

Mnemotechnik: Wie Manager freier reden lernen

Vortrag „Kopf oder Zettel?“, am Mittwoch, 25. März, Messe München

Wer häufig die Namen von Geschäftspartnern vergisst oder beim freien Reden ins Stocken gerät, muss nicht verzweifeln, denn es gibt Abhilfe: Mit der so genannten "Mnemotechnik" kann jeder seine Merkfähigkeit erhöhen und visuelle Kreativität und Kombinationsgabe entwickeln. Wie diese Methode funktioniert, erklärt „Deutschlands führender Gedächtnistrainer“ (N24) Oliver Geisselhart am 25. März in einem Vortrag auf der Fachmesse PERSONAL2009.

Training ist nicht alles – auch oder gerade bei der geistigen Fitness. „Wir müssen das Gedächtnis vor allem richtig nutzen“, meint Oliver Geisselhart. Er empfiehlt in Bildern zu denken, da sie besser im Gedächtnis verblieben als Worte. Die kindliche Überlegenheit im Memoryspielen zeige etwa, dass es sich dabei um die natürliche Art zu denken handle.

Damit Bilder möglichst gut hängen bleiben, können sie dem Gedächtnistrainer zufolge gar nicht ungewöhnlich genug sein. „Das ist darauf zurückzuführen, dass das Gehirn überprüfen muss, ob eine Situation gut für uns ist oder davon eine Gefahr ausgeht“, erklärt Mentalcoach Geisselhart. Entspreche etwas der Norm, beschäftige sich das Gehirn nicht lange damit, da es sofort die Harmlosigkeit erkenne. Handele es sich aber um etwas komplett Neues, müsse es länger dabei verweilen, um eine mögliche Bedrohung zu identifizieren. Ein wahrer „Merkturbo“ entsteht laut Geisselhart insbesondere dann, wenn Gefühle mit ins Spiel kommen. „Es gibt beispielsweise Kinder, die merken sich alle Fußballergebnisse, aber im Geschichtsunterricht haben sie eine Fünf.“

Der Gedächtnisjongleur räumt zudem mit einem weit verbreiteter Trugschluss auf: Auch wenn Dinge im Langzeitgedächtnis gespeichert seien, könnten wir sie nicht unbedingt abrufen. Das Problem: „Wir kommen nicht an die Information heran, weil wir nicht wissen, wo genau im Langzeitgedächtnis sie liegt“, so Geisselhart. Deshalb sei der richtige Zugriff wichtig. „Um sich etwas zu merken, muss man sich nicht nur ein Bild ausdenken, sondern am besten noch ein zweites, mit dem das Ganze verknüpft ist“, führt Geissehart aus und nennt ein Beispiel: Wer auf dem Sofa sitzt und in die Küche geht, um eine Flasche Wein zu holen, erinnert sich dort nicht immer an sein Vorhaben. Denn der Gedanke an den Wein ist nur mit dem Sofa verknüpft. Im Endeffekt komme es aber auf diese zweite Verknüpfung an, auf das Bild, das den Wein mit der Küche kombiniert.

Angst, dass seine Methode im digitalen Zeitalter nicht mehr gefragt sein könnte, hat Geisselhart nicht. Schließlich gebe es noch nicht für alle Denkvorgänge technischen Ersatz. Ein Handy etwa mit einer Scannfunktion für Personen, deren Name auf 15 Meter Entfernung auf dem Display erscheine, müsse erst noch erfunden werden. Ein weiteres wichtiges Anwendungsgebiet: „Wenn jemand beruflich oder privat einen Vortrag hält, dann wirkt er wesentlich souveräner, wenn er ihn im Kopf hat“. Zudem beuge Gedächtnistraining der „digitalen Demenz“ vor. Viele Dinge, wie Geburtstage, Telefonnummern oder Fahrtstrecken, müssten die Menschen heute nicht mehr im Kopf haben und drohten deshalb leistungsschwächer zu werden. Dagegen setzt Geisselhart sein Motto: „Use it or loose it.“

Zum Termin:

Vortrag „Kopf oder Zettel?“, am Mittwoch, 25. März, 11.20 – 12.05 Uhr,
Forum 4 der Fachmesse PERSONAL2009, M,O,C, München
Weitere Informationen: www.personal-messe.de

