

MARKETING Telefonwarteschleife: Wie aus einem nervtötenden Instrument zur Kundenbetreuung ein effizientes Werbemedium wird

VERTRIEB Aktionismus bringt keinen Umsatzsprung. Welche Wege zum Erfolg führen

MANAGEMENT _ Gedächtnistraining

Der ganz normale Wahnsinn

Mit Methoden aus der Antike optimieren professionelle Gedächtnistrainer die Merkfähigkeit von Managern. Dabei werden Zahlen, Fakten und Zusammenhänge in Gefühle und Bilder übersetzt. Verhandlungen mit Kunden werden so deutlich einfacher.

Text _ Stefan Winterbauer

Käseebäume, die aus Füßen herauswachsen. Schneewittchen, das mit Tina Turner und den sieben Zwergen um die Wette singt, und ein Drache, der mit einer Schale Puderzucker in der Hand auf dem eigenen Kopf landet. Was klingt wie Fantasien im Fieberwahn, ist in Wahrheit vielleicht eine Gedächtnisstütze für einen Topmanager der Lufthansa. Führungskräfte in der Wirtschaft, Vertriebsmitarbeiter, Außendienstler, Marketingmenschen – alle wünschen sich ein besseres Gedächtnis, um Kundenamen zu behalten, in Verhandlungen aufzutrupfen und mit freien Reden auf Präsentationen zu überzeugen. Mit stupidem Auswendiglernen kommt man nicht weit.

Professionelle Gedächtnistrainer arbeiten mit Bildern im Kopf. Bilder, bei denen sich ein normaler Manager erst einmal nur verständnislos an die Stirn tippen würde. Der scheinbare Wahnsinn hat aber Methode und geht sogar auf die alten Griechen zurück, die die so genannte »Mnemotechnik« erfunden haben. Dabei werden Begriffe zuerst in Bilder oder Bildgeschichten übersetzt. »Je absurder, verrückter und witziger ein Bild ist, desto besser. Das ist dann im doppelten Sinne 'merkwürdig', sagt Oliver Geisselhart. Sein Onkel, Roland Geisselhart, ist so etwas wie der Grandseigneur des professionellen Gedächtnistrainings

in Deutschland. Sein Neffe hat ihn im Jahr 1983 im zarten Alter von 16 Jahren das erste Mal bei einem Seminar vertreten. Seitdem bilden die beiden das »Team Geisselhart« mit Sitz in Dortmund.

Bitte mit Gefühl

Die Grundlagen sind bei allen Gedächtnistrainern mehr oder weniger gleich. »Ein Bild nimmt auf der Großhirnrinde mehr Platz ein und durch das Bild entstehen Gefühle. Unser Hirn kann sich so etwas leichter merken, als nackte Fakten«, erklärt Oliver Geisselhart.

Der Münchner Gedächtnistrainer Markus Hofmann weiß, dass es für rationale Menschen einige Überwindung kostet, in die Welt der Fantasie und der Symbole abzutauchen. »Manche finden es kindisch, sich Bilder oder Geschichten auszudenken, um sich etwas zu merken.«

Aber wenn wir unser Gedächtnis trainieren wollen, müssen wir wieder kindlich lernen. Über den Umweg mit den Bildern lassen sich nicht nur Fakten besser behalten, sondern auch Reihenfolgen und komplexe Zusammenhänge. Hofmann arbeitet dazu mit der so genannten Körperliste. Man scannt den eigenen Körper von unten nach oben ab und hinterlegt im Kopf für die einzelnen Körperteile Briefkästen. Zuerst kommen die Füße mit den Zehen, dann die Knie, die Oberschenkel, das Gesäß, der Bauch, die Brust, Schulter, Hals, Gesicht und Haare. Wenn man nun jedem Körperteil ein weiteres Bild zuordnet und es in die Körperliste einbaut, lassen sich Zusammenhänge oder längere Reden in der richtigen Reihen-



Abtauchen in die Welt der Fantasie: Bilder sind oft mächtiger als Worte

folge und Struktur memorieren. Die Körperliste ist Teil der so genannten »Loci-Technik«, die genau wie die Mnemotechnik aus der Antike kommt. Der große römische Redner Cicero hat sich seine Ansprachen auf die gleiche Art und Weise eingeprägt. Die klassische Anwendung der Loci-Technik geht so, dass man sich die Inhalte der Rede zunächst in Bilder übersetzt und dann in der richtigen Reihenfolge auf bekanntem Terrain ablegt. Später kann man die Bilder dann in der korrekten Abfolge wieder aufrufen. Reichen die zehn Punkte der Körperliste nicht aus, dann kann man weitere Bilder an markanten Stellen, beispielsweise auf einem Spazierweg, ablegen. Dafür verantwortlich ist das Zusammenwirken der beiden Hälften unseres Gehirns. Die linke Seite ist zuständig für logisches, rationales und vernunftorientiertes Denken. Hier werden Zahlen, Fakten, Daten und logische Muster gespeichert. Die rechte Seite des Gehirns übernimmt den kreativen Part. Hier sitzen Emotion, Intuition und das räumliche Vorstellungsvermögen. Bei Kindern dominiert noch die kreative, linke Seite

des Gehirns. Je älter ein Mensch wird, desto mehr übernimmt die rechte Seite das Kommando.

Nun ist es aber so, dass der Mensch sich an Gefühle und Bilder viel besser und stärker automatisch erinnern kann, als an logische Zusammenhänge. Ob man eine bestimmte Person gut oder schlecht leiden kann oder ob man sie gar liebt oder hasst, das vergisst man nie.

Beide Hälften nutzen

Der Trick des Gedächtnistrainings besteht darin, beide Hirnhälften so zusammenzubringen, dass logische Zusammenhänge in gefühlbetonte Bilder übersetzt werden. Erwachsene müssen oft erst wieder lernen, die rechte Gehirnhälfte einzubinden, für Kinder ist es hingegen ganz selbstverständlich. Auch Erwachsene schaffen mit ein bisschen Training zufrieden stellende Ergebnisse. Ingo Marre, Vertriebsbeauftragter bei Miele, Gütersloh, hat ein Seminar von Oliver Geisselhart besucht und schwärmt: »Kundennamen, vorher ein Gräuel, merke ich mir nun leicht. Auch meine Gesprächsvorbereitungen

schaffe ich in weniger Zeit und habe dann alle wichtigen Punkte parat. Und das ohne Spickzettel.« Und Kai Ernst, Vertriebler bei MAN, München, berichtet, dass er dank verbesserter Argumentationstechnik nach Gedächtnistraining seine Abschlüsse um 50 Prozent steigern konnte. »Es ist zwar vielleicht normal, dass man bei einem Gespräch mit einem Zettel dasetzt und abliest. Das fällt noch nicht einmal negativ auf. Umgekehrt fällt es aber positiv auf, wenn man keinen Zettel dabei hat. Es ist immer viel beeindruckender, wenn man frei sprechen kann«, so Geisselhart. Ein weiterer Vorteil: Daten, Fakten und Zusammenhänge werden nicht stupide auswendig gelernt, sondern jedes Mal wieder neu erschlossen.

Auch für das Gedächtnistraining gilt: Übung macht den Meister. Geisselhart rät, kleine Gedächtnisübungen immer wieder in den Job-Alltag zu integrieren, damit die Technik in Fleisch und Blut übergeht: »Es kommt ein Anruf herein, dann notiert man sich den Namen und macht sich gleich ein Bild dazu. Beim nächsten Mal ist der Name, die Firma und das Anliegen des Anrufers gleich parat.« Fest steht: Nur wer sie nutzt, hält die kleinen grauen Zellen fit.

redaktion@acquisa.de

»J