

Das Gehirn in Hochform bringen

Praktische Tipps für bessere Gedächtnisleistungen



Das Gehirn ist zwar keine Maschine – aber es gibt Tricks und Trainingsabfolgen, die es auf Trab bringen können. Dazu muss man jedoch regelmäßig trainieren. Eine Viertelstunde am Tag kann schon ausreichen, um das Potenzial der grauen Zellen dauerhaft zu steigern, so der Münchener Gedächtnistrainer Markus Hofmann. Für „tw“ hat er einige Tricks zusammengefasst.

Fotos: iStockphoto/www.markus-hofmann.de

vermitteln diese Lerntechniken im Unterricht. Deshalb haben die Finnen bei der Pisa-Studie so gut abgeschnitten.

Der wichtigste Punkt ist mit Abstand das Merken von Namen und Gesichtern. Das Wort, welches jeder Mensch am liebsten hört, ist sein eigener Name. Dies hängt mit Wertschätzung zusammen. Vielleicht kennen Sie die Situation, dass Ihnen vor einem Meeting zehn neue Personen mit Namen vorgestellt werden und Sie sich diese Namen natürlich merken wollen.

Mentale Briefkästen

Wir brauchen nach wie vor Briefkästen, in denen wir den Namen einer Person „ablegen und wieder finden“ können. In Zukunft, wenn Sie sich den Namen einer Person merken wollen, müssen Sie sich einen mentalen Briefkasten einrichten. Damit können Sie Namen zu einem Gesicht blitzschnell abspeichern und wieder abrufen. Noch bevor sich diese Person vorstellt, suchen Sie sich ein charakteristisches Merkmal, welches Ihnen spontan ins Auge fällt, wenn Sie diese Person betrachten. Eigenheiten im Gesicht, wie ausgeprägte Falten, eine hohe Stirn, ein markanter Mittelscheitel, lange Kotletten, auffälliger Schmuck oder besondere Kleidung.

Jetzt geht es darum, den Namen mit dem ausgewählten Briefkasten – also dem Merkmal – zu verknüpfen. Da der Name für sich kein Bild beziehungsweise nicht merkwürdig ist, müssen Sie diesen erst in ein Bild verwandeln. Ein Christian könnte zum Beispiel ein Kreuz symbolisieren. Ein Thomas eine Tomate und eine Anna eine Ananas. Wenn Sie sich zum Beispiel die große Nase einer Person namens Thomas als Briefkasten merken, dann könnten Sie in Gedanken die Tomate auf seiner Nase ausdrücken. Als Strategie empfehle ich Ihnen, gängige Vor- und Nachnamen einmal auf einer Liste zu notieren und mit Bildern zu versehen. Der Vorteil ist, wenn Sie einen dieser Namen hören, brauchen Sie sich nicht mehr die Mühe machen, ein kreatives Bild dafür zu erstellen. Sie haben es sofort griffbereit.

Schwierige Namen wie zum Beispiel „Daihatsu“ enthalten keine bildhaften Infor-

Jeder kennt diese Defizite aus dem Arbeitsalltag. Das Handy verlegt, und keine einzige Nummer ist im Kopf gespeichert, To-Do-Listen fliegen kreuz und quer durch die Kladden oder durch den elektronischen Kalender und werden trotzdem vergessen, die diversen Ansprechpartner kriegt man schon längst nicht mehr auf Abruf namentlich aktiviert. Und der Horror schlechthin: Wie merke ich mir den Inhalt des Vortrages, den ich auf der Präsentation am Freitag halten muss?

Beispiel: Eine Möglichkeit ist, dass man sich eine Route wie einen roten Faden durch ein Zimmer legt: Man wählt im Uhrzeigersinn zehn Gegenstände im Raum aus und benutzt sie als „Schubladen“. Später speichern wir in Assoziation mit jeder Schublade, sprich dem gewählten Gegenstand, ein Schlüsselwort oder eine Information ab, je nachdem, was wir uns mer-

ken wollen. Und es ist erstaunlich, wie schnell diese Informationen wieder abrufbar sind.

Für den Laien klingt das sehr kompliziert, ist es aber nicht. Denn es besteht ein Zusammenhang zwischen Emotionen und Gedächtnisbildung: Sachverhalte oder Situationen, die wir als besonders eindrücklich erleben – sei es nun positiv oder negativ –, werden leichter erinnert als emotional „flache“ Eindrücke. Der Trick an der ganzen Geschichte ist, dass man beide Gehirnhälften nutzt. Die Linke, die vorwiegend für Logik zuständig ist und bei den Mitteleuropäern im Vordergrund steht. Und die rechte, emotional geprägte Seite. Wenn man nun beide Gehirnhälften gleichzeitig einsetzt und abstrakte Informationen mit Hilfe von Fantasie und Bildern verknüpft, lässt sich auf unterhaltsame Art jede Menge Wissen abspeichern. Die Skandinavier

mationen, sondern sind rationale Klang- oder Schriftbilder. Sobald man sie aber in ein Bild verwandelt, lassen sie sich leichter behalten. Die richtige Schreibweise der Nachnamen spielt zunächst keine Rolle. Wichtig ist, dass Sie die Personen beim nächsten Treffen mit dem richtigen Namen ansprechen. Beispiel Daihatsu: Stellen Sie sich ein Café mit Namen Dai vor. Leider hat dieses Café Dai heut geschlossen. Folge: Dai hat zu.

Eine weitere Möglichkeit, einen Anker zu setzen, besteht darin, dass man einen Namen mit einer bekannten Person verbindet. Sollte man einen Herrn Beckenbauer kennen lernen, liegt es nah, den Namen mit dem berühmten Fußballer zu verbinden und dabei einen Fußball als Anker zu verwenden. Die Vornamen sind meistens leichter zu lernen als die Nachnamen, denn es gibt nicht so viele davon, und sie kommen im alltäglichen Sprachgebrauch öfter vor. Die deutsche Sprache hat nur etwa 350 bis 400 Silben, und wir können uns viele Vornamen einprägen, indem wir uns zum Beispiel zu jeder Silbe ein Bild überlegen (Na = Nacht, Ne = Nebel, Re = Reh im Wald, Te = Tee). Aus Renate wird dann ein Reh, das in der Nacht Tee trinkt. Selten kommt es vor, dass man zehn Personen gleichzeitig kennen lernt. Meist reicht es schon aus, zwei oder drei Namen auf einmal abzuspeichern. Als zusätzliche Strategie kann ich Ihnen empfehlen, lassen Sie sich die Teilnehmerliste eines Meetings schon im Vorfeld geben und verwandeln Sie die Namen gleich in ein emotionales Bild. Wenn Sie die Person dann zum ersten Mal sehen, können Sie unmittelbar das überlegte Bild an das markante Merkmal hängen. Das spart Zeit, und Sie kommen nicht in Stress.

Emotionale Bilder

Was waren noch mal die statistischen Zahlen, die ich in dem Bericht vor einem Jahr gelesen hatte? Jetzt, da das Projekt weitergeht und alles noch mal im Detail besprochen wird, könnte man mit Fakten glänzen. Hier müssen Sie es schaffen, aus rationalen Zahlen emotionale Bilder zu erzeugen. Angenommen Sie wollen sich die Bilanzsumme 20,11 Milliarden Euro merken, dann gehen Sie wie folgt vor. Sie teilen die Zahl auf in jeweils zweistellige



Zahlen-Paare. In diesem Fall wäre es die 20 und die elf. Durch die Zahl-Symbol-Technik verwandeln Sie die Zahlenpaare in Bilder. Die 20 steht für die Tagesschau, weil diese um 20 Uhr kommt. Die elf steht für Fußball, weil in einer Fußballmannschaft elf Spieler sind. Nun können Sie sich eine bildliche Geschichte vor Ihrem geistigen Auge vorstellen: Die Bilanzpressekonferenz läuft in der Tagesschau, und der Vorstand spielt dabei Fußball.

Wenn Sie jetzt meinen, dass ist kindisch, dann darf man Ihnen antworten, dass ist nicht kindisch, sondern kindliches Lernen. Das ist ein kleiner, aber äußerst entscheidender Unterschied. Die Zahl können Sie sich zehn Mal leichter merken, als wenn Sie nur rational die Ziffern lesen. Versuchen Sie es, es funktioniert. Die Voraussetzung ist, dass Sie eine 100-stellige Liste benötigen, damit Sie jedem Zahlenpaar

von 00 bis 99 ein Bild zuordnen können. Das ist die einzige Vorarbeit, die Sie leisten müssen. Hier gibt es unterschiedliche Techniken, die man lernen kann.

Der Veranstalter hat mir gerade erklärt, dass man in dem Vortrag besonderen Wert darauf legt, dass ich ihn in freier Rede halte. Aber über die Fakten der Wirtschaft Frankreichs zu referieren, erfordert, dass ich viele Fakten im Kopf habe. Wie schaffe ich das? Wenn Sie guten Rednern auf den Spickzettel sehen, werden Sie feststellen, dass dort nur die Schlüsselwörter – sprich der „rote Faden“ – niedergeschrieben sind. Diese Keywords können Sie nun mit Hilfe von mentalen Briefkästen leicht abspeichern. Dafür nehmen wir den Körper zur Hilfe, an dem wir zehn solcher markanten Briefkästen installieren. Wir beginnen unten: Füße (1), Knie (2), Oberschenkel (3) Gesäß (4) Taille (5) Brust (6) Schulter (7) Hals (8) Gesicht (9) und Haare (10).

Angenommen, das erste Schlüsselwort wäre „Wirtschaftswachstum“. Dieses Wort können Sie nun mit dem ersten Briefkasten – den Zehen – verbinden. Stellen Sie sich vor, auf Ihren Zehen steht eine gut besuchte Wirtschaft (Kneipe), die immer größer wird und aus allen Nähten platzt. Das zweite Schlüsselwort wäre „Cash-Flow“. Jetzt stellen Sie sich vor, wie aus Ihrem Knie Geld herausfließt. Das dritte Schlüsselwort wäre „Konkurrenz“. Auf Ihrem Oberschenkel sitzt Ihr Konkurrent aus Asien. Das vierte Schlüsselwort wäre „Marktsituation“, welches Sie nun selbst mit Ihrem Gesäß verbinden können. Machen Sie sich ein sehr starkes, emotionales Bild. Dann bleibt es im Gedächtnis haften. ●