

# „Gar nicht online mit dem Bewusstsein“

## 11. Phoenix-Kolloquium mit Martin Heß und "Alles Neuro oder was?"

**Lemgo (fhl). Es war kurzweilig, es war pffiffig und lehrreich zugleich, und es hatte mit Martin Heß (50) einen Vortragenden, der sein Handwerk gelernt hat und seine Zuhörer, im Kongresszentrum der Lipperlandhalle waren das am 20. November rund 800, mit auf die Reise durchs Nervensystem hin zur Hirnrinde nahm: das 11. Phoenix-Kolloquium. Das Thema: „Alles Neuro oder was?“**

Mittlerweile ist das Kolloquium zu einem festen Termin in OWL-Kulturkalender geworden. Entspannte Atmosphäre. Ein gut aufgelegter Diskussionsleiter Klaus Eisert, Chef des Blomberger Elektronik-Konzerns Phoenix-Contact, der gemeinsam mit der Hochschule Ostwestfalen-Lippe Gastgeber des langen Abends war. Martin Heß hat Psychologie und Philosophie an den Universitäten Marburg und Frankfurt am Main studiert. Seit fast zwanzig Jahren ist er als Berater, Trainer und Coach in den Bereichen Mitarbeiterführung, Teamentwicklung, Vertrieb und Marketing tätig.

Dass Frauen im Durchschnitt ein kleineres Gehirn haben im Vergleich mit den Männern, war nur ein Nebensatz quasi auf Anfrage und entsprang nicht dem originalen Heß'schen (freihändigen) Manuskript. Erst Schmunzeln auf der einen, dann Lachen auf der anderen Seite: Die Anzahl grauer Zellen in den Köpfen der Frauen und damit die intellektuelle Leistungsfähigkeit ist keineswegs geringer. Die Gehirnmasse ist schlicht und ergreifend dichter. Entscheidende Trumpfkarte im vererbten Frauen-DNA-Code: Sie können besser mit emotionalen Situationen umgehen. Für Männer hingegen, so Psychologe Heß, „sind Emotionen ein vermintes Gelände“.

Heß hatte sowohl den eigenen Verstand als auch seinen Instinkt im Griff, wie er seine Gäste am besten unterhaltsam mit auf die kurvenreiche, teils holprige Reise durch die Welt der Neuronen nehmen konnte. Am Flip-Chart („Power-Point lenkt die Leute zu sehr ab“), mit dem Filzschreiber ausgerüstet, malte er die Nervenzelle auf, erklärte die Funktionsweise „dieses kleinsten Bausteins für das Leben und Erleben“, von dem jeder von uns mit rund 100 Milliarden ausgestattet ist. Im Nebensatz: „Dass 50 Millionen davon bei einem Vollrausch für immer verloren sind, hat man früher geglaubt. Das stimmt heute nicht mehr.“

Unser Problem ist ein anderes: zu viele Informationen werden über das Nervensystem aufgenommen und transportiert. Wir müssen reduzieren. Nur ein geringer Teil gelangt durch einen „Flaschenhals“ in unser Gehirn. Hier, in der Schaltzentrale, oder computertechnisch ausgedrückt „auf unserer Festplatte“, „wird die Wirklichkeit von uns erzeugt“ (Heß). Oder anders: „Wir erleben die Welt als konstruierte Wirklichkeit“.

Und können uns dabei ertappen, wie unsere Sinne getäuscht werden: der Briefkasten erscheint immer im selben Gelb, egal ob es Tag oder Nacht ist; das Auge produziert konstante Bilder, obgleich es in ständiger Bewegung ist. Oder, so Heß? Ausflug in gelungene Konsum-Marketingstrategien: Coca-Cola hält mit seiner „Coke“ einen Marktanteil von 70 Prozent, weil das Getränk so eindeutig lecker sei, meinen die Konsumenten. Bei einem „Blindtest“, also Verkostung ohne Markenangabe, sei allerdings das Konkurrenzprodukt „Pepsi“ von den Testern eben wegen dieses Geschmacksvorteils bevorzugt worden. Nur noch 17 Prozent bekannten sich zum Originalprodukt. Getäuschte Sinne, kein Zufall, eher die Norm.

Zurück zum Gehirn. Hier können nur bescheidene 100 Bits in der Sekunde verarbeitet werden. Die „gewaltige Infotiefe“, mit der es konfrontiert wird, zwingt zum Selektieren und zeitverzögertem Handeln. Heß: „Sie sind gar nicht online mit ihrem Bewusstsein, es ist schon drei Sekunden später.“ Doch trotz dieses Mangels startete der Mensch vor gut zweieinhalb Millionen Jahren in der afrikanischen Savanne seinen Siegeszug gegenüber der tierischen Konkurrenz. So legte er etwa im Hirn eine „interne Gefahrendatenbank an, die schon bei der Geburt vorhanden ist“ (Heß). Die Angst vor dem Säbelzahn tiger wird seit jeher vererbt, und der Mensch kann auf die vom Raubtier ausgehende Gefahr sozusagen unbewusst und damit (überlebenswichtig) schneller reagieren.



*Beschenkt am Ende eines langen Vortragabends: Klaus Eisert überrascht Martin Heß (r.).*

Entwicklungsgeschichtlich war es, so Heß; für die Gattung Homo Sapiens entscheidend, die von außen kommenden Signale emotional richtig zu deuten und zu verarbeiten. Mit dem erstaunlichen Ergebnis, dass es „die Angsthasen sind, die Schisser, von denen wir abstammen.“ Angst macht vorsichtig und damit eher überlebensfähig.

Und die Angst zählt zu den sieben primären Gefühlen, die uns angeboren sind, ebenso wie „Freude, Überraschung, Wut, Trauer, Ekel und Verachtung“. In der Summe produzieren die ein eher negatives Stimmungsbarometer. Aber, richtig gedeutet, „hat das Schlechte auch sein Gutes“, sagt Heß und verweist auf das Grundlegende: „Hinter dem Instinkt steht der Verstand, er ist die kontrollierende Instanz.“ Auch wenn diese mit 100 Bits in der Sekunde vergleichsweise langsam getaktet ist...

Dass die Leistungsfähigkeit des Gehirns in Alter erhalten bleibt, war ein Trost, der mit Verweis auf Londoner Taxifahrer gespendet wurde. Gehen die in Rente, nimmt schon nach vierzehn Tagen das Erinnerungsvermögen an Straßennamen und kürzeste Wegstrecken merklich ab. Doch die „Straßenkarte“ bleibt „auf der internen Festplatte“ gespeichert und ist wieder abrufbar, wenn's denn sein muss. Ähnlich dem Klassentreffen nach dreißig Jahren: Richtig, Hans Meier hieß der und war Lehrer für Deutsch und Mathe. Alles neuro, und alles noch da.