



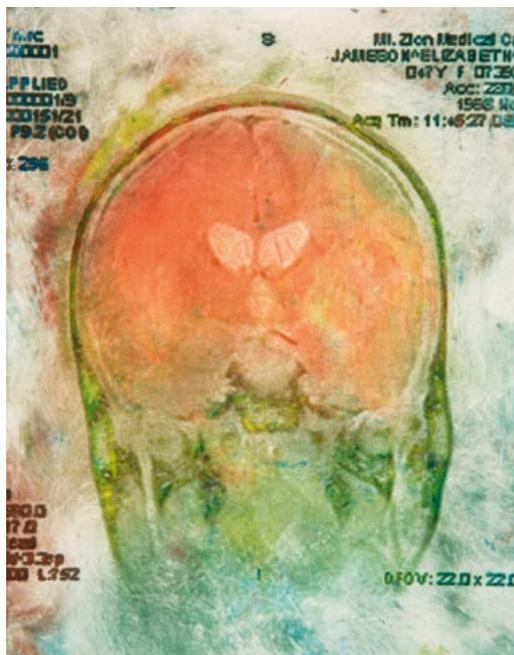
DREAMTIME / PRESSURELIA

Die Macht der Marken

Warum geben Menschen für bestimmte Waren bereitwillig deutlich mehr Geld aus als nötig? Wonach entscheiden wir überhaupt, was wir kaufen? Psychologen ergründen die subtilen Mechanismen, die das Konsumverhalten steuern – und die Tricks, mit denen Marken »gemacht« werden. Mit diesem GuG-Titelthema zur Werbepsychologie startet unsere neue Serie »Die Welt der schönen Dinge«.

Kunst mit Köpfchen

Schmetterlinge flattern durch Hirnwindungen, Gedanken formen sich aus Glas, neuronale Aktivitätsmuster werden zu Gemälden: »Brain Art« heißt eine neue Kunstform, die mit dem Gehirn in vielen verschiedenen Darstellungsformen spielt.



MIT FROL. GEN. VON ELIZABETH JAMESON

Sensible Babys

Säuglinge sind bereits sehr früh in der Lage, zwischen für sie bedeutsamen Sprachreizen und einfachen Umgebungsgeräuschen zu unterscheiden. Die spannende Frage lautet: Wie schaffen die Kleinen das? Ein Phänomen, das nicht nur Spracherwerbsforscher staunen lässt.

Viel Gefühl für Norden

Zugvögel nutzen das Magnetfeld der Erde, um sich zu orientieren. Einen ganz ähnlichen Sinn bringen Forscher der Universität in Osnabrück ihren Probanden bei, indem sie ihnen einen vibrierenden Gürtel umschnallen. Unsere Autorin nahm an dem verblüffenden Wahrnehmungsexperiment teil.

GEHIRN UND GEIST Newsletter

Wollen Sie sich einmal im Monat über Themen und Autoren des neuen Hefts informieren lassen? Wir halten Sie gern per E-Mail auf dem Laufenden – natürlich kostenlos. Registrierung unter: www.spektrum.de/gug-newsletter