

# INHALT

CORBIS

12

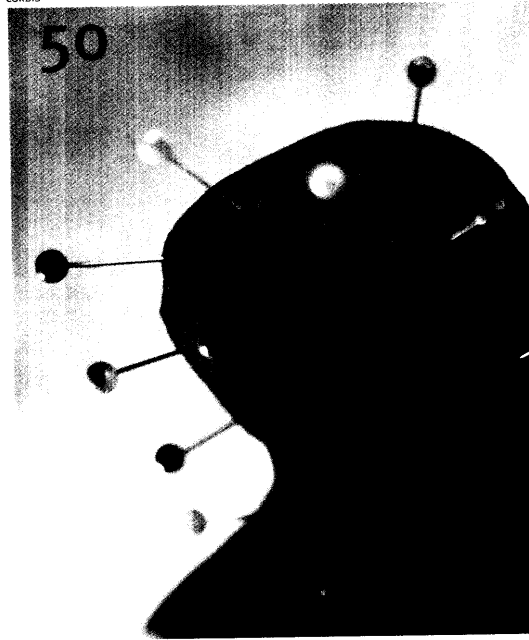


## AUFMERKSAMKEIT

»Sex sells!« Dieser Leitspruch des modernen Marketings hat nun ausgedient. Werbepsychologie im Umbruch

CORBIS

50



## FIBROMYALGIE

Manche Menschen wissen vor unerklärlichen Schmerzen weder ein noch aus. Jetzt sind Mediziner der geisterhaften Pein auf die Spur gekommen

FIONLINE

5



## SCHENKEN

Das wäre doch nicht nötig gewesen. – Oh doch! Ein weltweit gepflegtes Ritual im Fokus der Forschung

## PSYCHOLOGIE

### BESSER OHNE SEX

Nackte Haut ist kein so attraktiver Werbeträger wie vielfach angenommen. Woran sich unsere Augen wirklich festsaugen

12

### PSYCHOTHERAPIE LIGHT

Neurolinguistisches Programmieren – Supertraining oder Gedankenmanipulation?

18

### HAND AUFS HIRN

Per Fingerzeig zur Menschenkenntnis? Persönlichkeitsforscher wandeln auf unsicherem Terrain

22

## TITEL

### LICHT FÜR DIE SEELE

In der kalten Jahreszeit sinkt oft auch das Stimmungsbarometer. Hält das Tief an, liegt womöglich eine behandlungsbedürftige Winterdepression vor

24

## DAS DRITTE AUGE

Wer stellt unsere »innere Uhr«? Forscher fahnden nach dem Messfühler für die Tageslänge

32

## HIRNFORSCHUNG

Hirnforschung im 21. Jahrhundert – Reaktionen auf DAS MANIFEST

### MAN MUSS WISSEN, WONACH MAN SUCHT

Machen Neurowissenschaftler die Psychologie bald überflüssig? Wohl kaum, meint der Entscheidungsforscher Dietrich Dörner

36

### FORSCHER MIT SCHEUKLAPPEN

Der Mensch ist mehr als die Summe seiner Hirnprozesse. Interview mit dem Philosophen Matthias Kettner

39

### DAS MENSCHENBILD ALS PALIMPSEST

Die Vorstellung von uns selbst entwerfen wir unaufhörlich neu. Kommentar des Biologen Hubert Markl

40