

Beat Schaller

# **Die Macht der Psyche**

Die 202 Essentials  
menschlichen Verhaltens

Signum

# Inhalt

Einführung: Ist das nur menschenmöglich? .....	19
--	----

## Kapitel 1 Menschen sind so intelligent

Wir vergessen in zwanzig Minuten mehr als in einunddreißig Tagen .....	22
Nr. 1 Der <i>Goeschenen-Airolo-Effekt</i> .....	23
Schlafen Sie gesund und tief, und Sie vergessen weniger ...	24
Nr. 2 Der <i>Schlafmützen- oder Siebenschläfer-Effekt</i> .....	25
Wer schon Wissen hat, dem wird gegeben .....	25
Nr. 3 Der <i>Knowledge-Gap-, Dumme-werden-dümmer- oder Gescheite-werden-gescheiter-Effekt</i> .....	26
Was uns auf einen Blick auf die Sprünge hilft .....	26
Nr. 4 Der <i>Schachbrett-Effekt</i> .....	27
Das Gedächtnis arbeitet – und wie! .....	27
Nr. 5 Der <i>Drehbuch- oder Augenzeugen-Effekt</i> .....	28
Auf die Startnummer kommt es an .....	29
Nr. 6 Der <i>Kontrast-Effekt</i> .....	30
Werden Sie konkret! Bleiben Sie abstrakt! .....	32
Nr. 7 Der <i>Mnemo- oder Loci-Effekt</i> .....	36
Die Kandidatin hat hundert Punkte .....	36
Nr. 8 Der <i>Kompaß-Effekt</i> .....	37
Im nachhinein sind wir alle schlauer .....	38
Nr. 9 Der <i>Eiffelturm-, Hindsight-Bias- oder Knew-it-all-along-Effekt</i> .....	39

## Kapitel 2 Menschen sind so subjektiv

Warum Brillenträger sich des Erfolges nicht erwehren können .....	42
Nr. 10 Der <i>Pars-pro-toto-Effekt</i> .....	43
Dicke Männer sind gemütlich .....	43
Nr. 11 Der <i>Totum-pro-parte-Effekt</i> .....	44

Sag mir, wie du heißt, und ich sage dir, wie du beurteilt wirst .....	44
Nr. 12 Der <i>Nomen-est-omen-Effekt</i> .....	44
Der erste Eindruck entscheidet .....	45
Nr. 13 Der <i>Primacy-Effekt</i> .....	45
Der letzte Eindruck zählt .....	46
Nr. 14 Der <i>Recency-Effekt</i> .....	46
Brillanz statt Substanz? .....	46
Nr. 15 Der <i>Subito-Effekt</i> .....	48
Heiligenschein oder Teufelshörner? .....	48
Nr. 16 Der <i>Heiligenschein-Effekt</i> .....	49
Nr. 17 Der <i>Teufelshörner-Effekt</i> .....	50
Nr. 18 Der <i>Halo-Effekt</i> .....	51

### **Kapitel 3 Menschen sind so kompetent**

Kein Fall für zwei! .....	54
Nr. 19 Der <i>Kopiloten-Effekt</i> .....	54
Wenn die Gruppe denkt, sie denkt, dann denkt sie nur, sie denkt ... ..	54
Nr. 20 Der <i>Groupthink-, Schweinebucht- oder Strong-culture-Effekt</i> .....	56
Wenn die oben nicht hören, was die unten sagen ... ..	56
Nr. 21 Der <i>Zum-Erfolg-verdammt-Effekt</i> .....	63
Nr. 22 Der <i>Hierarchie-Effekt</i> .....	63
Trefferquote siebzig Prozent .....	63
Nr. 23 Der <i>Volltreffer-Effekt</i> .....	63

### **Kapitel 4 Menschen sind so emotional**

Das Auge spricht eine deutliche Sprache .....	66
Nr. 24 Der <i>Appetit-Effekt</i> .....	66
Schauen Sie durch das »Johari«-Fenster? .....	67
Nr. 25 Der <i>Arena-Effekt</i> .....	67
Nr. 26 Der <i>Blinde-Fleck-Effekt</i> .....	68
Nr. 27 Der <i>Masken-Effekt</i> .....	68
Nr. 28 Der <i>Kolumbus-Effekt</i> .....	69

Die geheime Wirkkraft .....	69
Nr. 29 Der <i>Placebo-Effekt</i> .....	69
Nr. 30 Der <i>Nocebo-Effekt</i> .....	70
Mit den Musen schmusen .....	71
Nr. 31 Der <i>Stendhal-Effekt</i> .....	71
Gefangene der Gefühlskette .....	72
Nr. 32 Der <i>Der-Bär-brüllt- oder Gefühlsketten-Effekt</i> .....	72
Lebenslügen zwischen Wahrheit und Täuschung .....	73
Nr. 33 Der <i>Lebenslügen-Effekt</i> .....	74
Nervenkitzel für Grünschnäbel und alte Hasen .....	74
Nr. 34 Der <i>Routinier- oder Alte-Hasen-Effekt</i> .....	75
Nr. 35 Der <i>Novizen- oder Grünschnabel-Effekt</i> .....	76
Neid macht erfinderisch .....	76
Nr. 36 Der <i>Neidgenossen-Effekt</i> .....	77
Ständig auf der Flucht? .....	77
Nr. 37 Der <i>Escape-Effekt</i> .....	78
Wie Angsthasen mutig und tapfer werden .....	78
Nr. 38 Der <i>Partner- oder Angsthasen-Effekt</i> .....	79
Stolz, Jude zu sein. Stolz, Christ zu sein .....	79
Nr. 39 Der <i>Gruppen-Effekt</i> .....	81

## **Kapitel 5 Menschen sind so kollegial**

Friendship made in USA? .....	84
Nr. 40 Der <i>Professor-Effekt</i> .....	84
Kennen Sie jemanden, der jemanden kennt? .....	84
Nr. 41 Der <i>Eidgenossen-Effekt</i> .....	84
Wann rücken Menschen zusammen? .....	85
Nr. 42 Der <i>Horror-Effekt</i> .....	85
(K)ein bißchen gehemmt .....	85
Nr. 43 Der <i>Touch-me-Effekt</i> .....	86
Wer schüttelt Sie durch? .....	86
Nr. 44 Der <i>Handshaking-Effekt</i> .....	86
Öfter mal Händchen halten? .....	86
Nr. 45 Der <i>Elektroschock-Effekt</i> .....	88

## **Kapitel 6 Menschen sind so fair**

Helfen Menschen um der Hilfe willen? .....	90
Nr. 46 Der <i>Alki-Effekt</i> .....	90
Nr. 47 Der <i>Arzt- oder Doktor-Effekt</i> .....	90
Nr. 48 Der <i>Monster- oder Frankenstein-Effekt</i> .....	91
Nr. 49 Der <i>Applaus-Effekt</i> .....	91
Nr. 50 Der <i>Portemonnaie-Effekt</i> .....	91
Nr. 51 Der <i>Coca-Cola-Effekt</i> .....	92
SOS – und wer handelt? .....	92
Nr. 52 Der <i>SOS-Effekt</i> .....	95

## **Kapitel 7 Menschen sind so isoliert**

Komm mir nur nicht zu nahe! .....	98
Nr. 53 Der <i>Distanz-Effekt</i> .....	99
Machen Medien Männermythen? .....	99
Nr. 54 Der <i>Rambo-Effekt</i> .....	100
Zwischen Isolationsangst und Konformitätsdruck .....	100
Nr. 55 Der <i>Schweigspiralen-Effekt</i> .....	101
Reif für die Insel? .....	102
Nr. 56 Der <i>Reif-für-die-Insel-Effekt</i> .....	104
Erstgeborene sind ängstlicher als Nachgeborene .....	104
Nr. 57 Der <i>Geschwister-Effekt</i> .....	105

## **Kapitel 8 Menschen sind so produktiv**

Warum Menschen bei Mondschein besser arbeiten ... ..	108
Nr. 58 Der <i>Hawthorne- oder Mondschein-Effekt</i> .....	109
Zuckerbrot oder Peitsche? .....	109
Nr. 59 Der <i>Mach-mal-Effekt</i> .....	109
Warum nur so fleißig? .....	110
Nr. 60 Der <i>Lohn-Effekt</i> .....	111
Arbeiten Sie länger als fünf Minuten? .....	111
Nr. 61 Der <i>Häppchenjäger-Effekt</i> .....	112
Ganz unten durch .....	112
Nr. 62 Der <i>Love-it-or-leave-it-Effekt</i> .....	113

Nr. 63	Der <i>Not-think-about-it-Effekt</i> .....	113
Nr. 64	Der <i>Go-along-and-get-along-Effekt</i> .....	113
Nr. 65	Der <i>Sabotage-Effekt</i> .....	113
Nr. 66	Der <i>Secretly-blow-the-whistle-Effekt</i> .....	114
Nr. 67	Der <i>Publicly-blow-the-whistle-Effekt</i> .....	114
Nr. 68	Der <i>Protest-Effekt</i> .....	114
Nr. 69	Der <i>Dialog-Effekt</i> .....	115
	Wann geht das Temperament mit Ihnen durch? .....	115
Nr. 70	Der <i>Choleriker-Effekt</i> .....	116
Nr. 71	Der <i>Sanguiniker-Effekt</i> .....	116
Nr. 72	Der <i>Phlegmatiker-Effekt</i> .....	116
Nr. 73	Der <i>Melancholiker-Effekt</i> .....	116
	Strampeln bis zum »Geht nicht mehr«? .....	117
Nr. 74	Der <i>Dynamo-Effekt</i> .....	118
	Wir ziehen alle an einem Strick .....	118
Nr. 75	Der <i>Hühnerhaufen-Effekt</i> .....	119
Nr. 76	Der <i>Trittbrettfahrer- oder Faulenzer-Effekt</i> .....	119
	Kopieren – ein Volkssport .....	119
Nr. 77	Der <i>Kopie- oder Wunderfutz-Effekt</i> .....	120

## **Kapitel 9 Menschen sind so dominant**

	Führungsstile zum Fluch oder zum Segen? .....	122
Nr. 78	Der <i>Faustschlag-Effekt</i> .....	122
Nr. 79	Der <i>Wir-Gefühl-Effekt</i> .....	122
Nr. 80	Der <i>Strammstehen-Effekt</i> .....	123
Nr. 81	Der <i>Sündenbock-Effekt</i> .....	123
Nr. 82	Der <i>Performance-Effekt</i> .....	123
Nr. 83	Der <i>Ideen-Effekt</i> .....	123
	Niemand ist so abhängig wie der Chef .....	124
Nr. 84	Der <i>Saugschwamm-Effekt</i> .....	124
	Warum der Chef seinen Tick haben darf .....	125
Nr. 85	Der <i>Tick- oder Leader-Effekt</i> .....	125
	Warum Aufsteiger wieder absteigen .....	126
Nr. 86	Der <i>Status-Effekt</i> .....	126
	Nur ein kleines Rädchen im großen Räderwerk? .....	127
Nr. 87	Der <i>Götter-in-Weiß-Effekt</i> .....	127

Wie Sie sich ins rechte Licht rücken .....	128
Nr. 88 Der <i>Machiavelli-Effekt</i> .....	128
Medien – ohnmächtig oder allmächtig? .....	128
Nr. 89 Der <i>Werther-Effekt</i> .....	129
Wie Wünsche sich von selbst erfüllen .....	129
Nr. 90 Der <i>Pygmalion-Effekt</i> .....	130
Verstärken Sie den Partner – das stärkt Sie! .....	130
Nr. 91 Der <i>Verstärker-Effekt</i> .....	132
Überfallartig – wie ein Blitz aus heiterem Himmel .....	132
Nr. 92 Der <i>Compliance-Effekt</i> .....	132

### **Kapitel 10 Menschen sind so aggressiv**

Druck oder Überdruck? .....	134
Nr. 93 Der <i>Dampfkessel-Effekt</i> .....	134
Freundschaft nach innen, Feindschaft nach außen .....	134
Nr. 94 Der <i>Aggressivitäts- oder Freund-Feind-Effekt</i> .....	138
Lieber einen Mercedes als einen VW-Käfer? .....	138
Nr. 95 Der <i>Prestige-Effekt</i> .....	139
Dann erhitzen sich die Gemüter! .....	139
Nr. 96 Der <i>Temperatur-Effekt</i> .....	139
Bei wem sehen Sie rot? .....	140
Nr. 97 Der <i>Sleeper-Effekt</i> .....	140
Ein Witzchen in Ehren? .....	140
Nr. 98 Der <i>Witz-Effekt</i> .....	142

### **Kapitel 11 Menschen sind so attraktiv**

Spieglein, Spieglein an der Wand ... ..	144
Nr. 99 Der <i>Miss-Universum-Effekt</i> .....	144
Schönen Menschen fällt alles ein bißchen leichter .....	145
Nr. 100 Der <i>Job-Effekt</i> .....	145
Nr. 101 Der <i>Gangster-Effekt</i> .....	146
Nr. 102 Der <i>Superhirn-Effekt</i> .....	146
Nr. 103 Der <i>Baby-Effekt</i> .....	146
Nr. 104 Der <i>Dominanz-Effekt</i> .....	146

Außen fix und innen nix? .....	146
Nr. 105 Der <i>Barbie-Effekt</i> .....	147
Oben ohne – eine haarige Geschichte .....	147
Nr. 106 Der <i>Kojak-Effekt</i> .....	147
Mehr als ein Lippenbekenntnis? .....	148
Nr. 107 Der <i>Physiognomik-Effekt</i> .....	148
Bitte lächeln Sie jetzt ... .....	149
Nr. 108 Der <i>Foto-Effekt</i> .....	149
Sie haben keine zweite Chance .....	149
Nr. 109 Der <i>Sympathie-Effekt</i> .....	150

## **Kapitel 12 Menschen sind so erotisch**

Die berühmten drei Worte ... und was sie anrichten .....	152
Nr. 110 Der <i>Eros-Effekt</i> .....	152
Nr. 111 Der <i>Mania-Effekt</i> .....	152
Nr. 112 Der <i>Storge-Effekt</i> .....	152
Nr. 113 Der <i>Ludus-Effekt</i> .....	153
Nr. 114 Der <i>Pragma-Effekt</i> .....	153
Nr. 115 Der <i>Agape-Effekt</i> .....	153
Wunsch und Wirklichkeit .....	154
Nr. 116 Der <i>Social-desirability-Effekt</i> .....	154
Warum Frauen sportliche Männer mögen müssen .....	155
Nr. 117 Der <i>Herzschlag-Effekt</i> .....	155

## **Kapitel 13 Menschen sind so romantisch**

Tatsächlich bis über beide Ohren verliebt? .....	158
Nr. 118 Der <i>Romeo-und-Julia-Effekt</i> .....	158
Ein Küßchen in Ehren .....	158
Nr. 119 Der <i>Küßchen-Effekt</i> .....	159
Liebe geht durch den Magen .....	159
Nr. 120 Der <i>Bauch-Effekt</i> .....	160

## **Kapitel 14 Menschen sind so irrational**

Der Krieg der Welten .....	162
Nr. 121 Der <i>Panik-Effekt</i> .....	164



Nur der Weltuntergang darf nie untergehen .....	164
Nr. 122 Der <i>Sekten-Effekt</i> .....	166
Menschen trotten dem nächsten nach – nicht dem Leittier .....	166
Nr. 123 Der <i>Herdentrieb-Effekt</i> .....	169
Zehntausend Menschen können nicht irren .....	169
Nr. 124 Der <i>Massen-Effekt</i> .....	170

### **Kapitel 15 Menschen sind so infantil**

Ein Bonbon jetzt oder zwei Bonbons später? .....	172
Nr. 125 Der <i>Bonbon-Effekt</i> .....	172
Warum die Kassiererin eine liebe Frau ist .....	173
Nr. 126 Der <i>Königin-Elizabeth-Effekt</i> .....	174
Die wundersame Vermehrung .....	174
Nr. 127 Der <i>Konstanz- oder Invarianz-Effekt</i> .....	175
Die inneren Werte zählen .....	175
Nr. 128 Der <i>Werte-Effekt</i> .....	176
Du sollst dir keine Bilder machen ... ..	176
Nr. 129 Der <i>Eidetik-Effekt</i> .....	177

### **Kapitel 16 Menschen sind so komplex**

Und im dritten Stockwerk wohnt das Über-Ich .....	180
Nr. 130 Der <i>Couch-Effekt</i> .....	180
Psychoanalyse I: Urvertrauen statt Urangeht .....	180
Nr. 131 Der <i>Oral-Effekt</i> .....	181
Psychoanalyse II: Schließmuskelbeherrschung statt Kotschmierer .....	181
Nr. 132 Der <i>Anal-Effekt</i> .....	182
Psychoanalyse III: Warum sehen Buben anders aus als Mädchen? .....	182
Nr. 133 Der <i>Phallus-Effekt</i> .....	184

### **Kapitel 17 Menschen sind so kriminell**

Pantoffelkino als Angstmacher .....	186
Nr. 134 Der <i>Krimi-Effekt</i> .....	186

Wo leben Sie sauberer, sicherer, strahlender? .....	187
Nr. 135 Der <i>Broken-windows-Effekt</i> .....	188
Lug und Trug: Wie erkennen wir ehrliche Menschen? .....	189
Nr. 136 Der <i>Pinocchio-Effekt</i> .....	190

## **Kapitel 18 Menschen sind so bestialisch**

Wann gehorchen Menschen blind? .....	192
Nr. 137 Der <i>Autoritäten-, Weiße-Kittel- oder Blinde-Gehorsam-Effekt</i> .....	193
Der Mord an Catherine Genovese .....	193
Nr. 138 Der <i>Tribünen-Effekt</i> .....	195
Der Massenmensch in der Menschenmasse .....	195
Nr. 139 Der <i>Barbaren-Effekt</i> .....	196
Mit den Wölfen aufwachsen .....	196
Nr. 140 Der <i>Wolfsmädchen-Effekt</i> .....	199

## **Kapitel 19 Exkurs: Tiere sind so menschlich**

Katzen wissen: Nichts ist erfolgreicher als der Erfolg .....	202
Nr. 141 Der <i>Katzenfutter-Effekt</i> .....	202
Affen leben solidarisch: Sex sei Dank? .....	202
Nr. 142 Der <i>Affen-Effekt</i> .....	203
Graugänse folgen blindlings dem Nächstbesten .....	203
Nr. 143 Der <i>Graugans-Effekt</i> .....	204
Sind Bienen die besseren Gewohnheitstiere? .....	205
Nr. 144 Der <i>Bienen-Effekt</i> .....	205
Hühner lieben nur eine Ordnung – die Hackordnung .....	205
Nr. 145 Der <i>Alpha-Tier-Effekt</i> .....	205
Wer ist die Nummer eins? .....	206
Nr. 146 Der <i>Dreizack-Effekt</i> .....	206
Nr. 147 Der <i>Hochzeits-Effekt</i> .....	206
Nr. 148 Der <i>Glocken-Effekt</i> .....	206
Nr. 149 Der <i>Benzinkanister-Effekt</i> .....	206
Mäusekolonien leiden unter tierischem Streß .....	207
Nr. 150 Der <i>Mäusekolonie-Effekt</i> .....	207

Rattenzucht macht klug oder dumm .....	207
Nr. 151 Der <i>Rattenzucht-Effekt</i> .....	208
Da muß ja ein Pferd lachen .....	208
Nr. 152 Der <i>Wunderpferd-Effekt</i> .....	210
Löwen brüllen stark .....	210
Nr. 153 Der <i>Löwengebrüll-Effekt</i> .....	210
Paviane schlagen Alarm! .....	211
Nr. 154 Der <i>Alarm-Effekt</i> .....	211
Auf den Hund gekommen .....	211
Nr. 155 Der <i>Pawlow-Effekt</i> .....	213
Hunde, wollt ihr ewig geifern? .....	214
Nr. 156 Der <i>Extinktions-Effekt</i> .....	214
Hilflose Hunde bellen nicht .....	214
Nr. 157 Der <i>Hilflosigkeits-Effekt</i> .....	215

## **Kapitel 20 Menschen sind so egoistisch**

Mutation und Selektion – und sonst rein gar nichts .....	218
Nr. 158 Der <i>Fitneß-Effekt</i> .....	218
Schlauer als die Polizei erlaubt .....	219
Nr. 159 Der <i>Halunken-Effekt</i> .....	221
Frankreich schlägt Brasilien: Vive la France! .....	221
Nr. 160 Der <i>Vive-la-France-Effekt</i> .....	223
Nr. 161 Der <i>Ronaldo-Effekt</i> .....	224
Nr. 162 Der <i>Attributions-Effekt</i> .....	225
Das einzige, was uns im Nacken sitzt, ist der Kopf! .....	225
Nr. 163 Der <i>Pinto-Effekt</i> .....	228

## **Kapitel 21 Menschen sind so ökonomisch**

Ehret den Maximalisten. Und lobet den Minimalisten .....	230
Nr. 164 Der <i>Minimalisten-Effekt</i> .....	230
Nr. 165 Der <i>Maximalisten-Effekt</i> .....	230
Wie Sie starten, so liegen Sie im Rennen .....	232
Nr. 166 Der <i>Trading-up- oder Bottom-up-Effekt</i> .....	232
Nr. 167 Der <i>Selling-down- oder Top-down-Effekt</i> .....	233

Bravo! Klatschen auf Bestellung .....	233
Nr. 168 Der <i>Claqueur-Effekt</i> .....	234
Alles hat seinen Preis .....	234
Nr. 169 Der <i>Teuer-ist-gut-Effekt</i> .....	235
Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft .....	235
Nr. 170 Der <i>Gratisproben-Effekt</i> .....	236
Heute kaufen, morgen bezahlen .....	236
Nr. 171 Der <i>Kreditkarten-Effekt</i> .....	237
Nicht nur Onkel Dagobert schwimmt in Dollar .....	237
Nr. 172 Der <i>Anker-Effekt</i> .....	238
Geizkragen leben nicht mehr lange .....	238
Nr. 173 Der <i>Geizkragen-Effekt</i> .....	238
Sie haben Glück .....	238
Nr. 174 Der <i>Ich-bin-ein-Glückspilz-Effekt</i> .....	239

## **Kapitel 22 Menschen sind so kommunikativ**

Anderer Leute Briefe: gefunden, gelesen und ... .....	242
Nr. 175 Der <i>Adressaten-Effekt</i> .....	243
Der Gefühlston in Ihren Ohren .....	243
Nr. 176 Der <i>Gefühlston-Effekt</i> .....	244
Worte erzeugen Bilder .....	245
Nr. 177 Der <i>Reizwort-Effekt</i> .....	246
Die Drei-Sekunden-Regel: erst denken, dann sprechen ....	246
Nr. 178 Der <i>Wartezeit-Effekt</i> .....	248
Im Teufelskreis .....	248
Nr. 179 Der <i>Teufelskreis-Effekt</i> .....	249

## **Kapitel 23 Menschen sind so informiert**

Anspielungen mit geballter Kraft .....	252
Nr. 180 Der <i>Mafia-Effekt</i> .....	252
Wie sportlich sind Berliner? .....	252
Nr. 181 Der <i>Logo-Logo-Effekt</i> .....	253
Ich traue meinen Augen nicht .....	253
Nr. 182 Der <i>Gruppendruck-Effekt</i> .....	255

Unser aller Schutzschild .....	255
Nr. 183 Der <i>Filter-Effekt</i> .....	256
Tempo bolzen ohne Abstand und ohne Anstand .....	256
Nr. 184 Der <i>Nebelbank-Effekt</i> .....	257
Wer die Fragen stellt, bestimmt die Antworten .....	257
Nr. 185 Der <i>Forscher-Effekt</i> .....	259

## **Kapitel 24 Menschen sind so genial**

Bewegung in der Dunkelkammer .....	262
Nr. 186 Der <i>Autokinesie-Effekt</i> .....	262
Wie fein ist Ihr Spürsinn? .....	262
Nr. 187 Der <i>Differenz-Effekt</i> .....	264
Was fällt ins Gewicht? .....	264
Nr. 188 Der <i>Holzblock-Effekt</i> .....	265
Punkt um Punkt getäuscht .....	265
Nr. 189 Der <i>Illusion-im-Quadrat-Effekt</i> .....	266
Erstens kommt es anders, und zweitens als man denkt .....	266
Nr. 190 Der <i>Flexibilitäts-Effekt</i> .....	268
Via Versuch und Irrtum zur Lösung? .....	268
Nr. 191 Der <i>Team-Effekt</i> .....	269
Denksport: Aha, ich hab's .....	269
Nr. 192 Der <i>Aha-Effekt</i> .....	270
Nr. 193 Der <i>Kumpel-Effekt</i> .....	271
Zu genial, um normal zu sein .....	271
Nr. 194 Der <i>Spezialisten- oder Fachidioten-Effekt</i> .....	273

## **Kapitel 25 Menschen sind so sensibel**

Der Mann mit dem weißen Bart .....	276
Nr. 195 Der <i>Weißer-Bart-Effekt</i> .....	277
Vorstellungskraft – eine geballte Ladung .....	277
Nr. 196 Der <i>Carpenter-Effekt</i> .....	277
Aus Minus mach Plus .....	278
Nr. 197 Der <i>Kompensations-Effekt</i> .....	280

Schlimmer geht es (n)immer .....	280
Nr. 198 Der <i>Downward-comparison-Effekt</i> .....	280
Nr. 199 Der <i>Upward-comparison-Effekt</i> .....	281
Lob und Tadel – fürwahr eine Kunst .....	281
Nr. 200 Der <i>Lob-und-Tadel-Effekt</i> .....	282

## **Kapitel 26 Menschen sind so dynamisch**

Nickerchen statt Nachtschlaf .....	284
Nr. 201 Der <i>Nickerchen-Effekt</i> .....	284
Allzeit bereit? Pfadfinder vielleicht schon .....	284
Nr. 202 Der <i>Rhythmus-Effekt</i> .....	286
Anhang .....	287
Sachregister .....	288
Namenregister .....	296

*Die Begriffe werden durchgängig als Sammelnamen (Kollektiva) für beide Geschlechter gebraucht.*