

## **PSYCHOLOGIE: Die Letzten wollen die Ersten sein**

Hamburg, 19. Juni 2011 – Kunden, deren Namen spät im Alphabet erscheinen, sind besonders empfänglich für Sonderangebote, berichtet das Magazin GEO in seiner Juli-Ausgabe. Laut dem Wirtschaftswissenschaftler Kurt Carlson von der Georgetown University in Washington D.C. manifestiert sich in diesem Verhalten ein frühkindliches Trauma: Wer etwa „Zimmermann“ heiße, sei es gewohnt, immer warten zu müssen, bis alle anderen schon aufgerufen worden seien. Das dürfte dazu führen, dass diese Menschen eher Angst haben, bei limitierten Schnäppchen zu spät zu kommen.

Die aktuelle Ausgabe von GEO ist ab sofort im Handel erhältlich, hat 162 Seiten und kostet 6,30 Euro.

**Unter [www.geo.de/presse-download](http://www.geo.de/presse-download) finden Sie das aktuelle Heftcover zum Download.**

### **Für Rückfragen:**

Maike Pelikan  
GEO Kommunikation  
20444 Hamburg  
Telefon +49 (0) 40 / 37 03 - 21 57  
Telefax +49 (0) 40 / 37 03 - 56 83  
E-Mail [pelikan.maike@geo.de](mailto:pelikan.maike@geo.de)  
Internet [www.geo.de](http://www.geo.de)