

Stand: März 2022

Forschungsprojekte/ Drittmittelinwerbung

2013

eXist Gründungsprojekt emolyzr, 109.000 €; Emotionsmessung im angewandten Kontext;
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

2011

Großgerätebeschaffung "System zur Erfassung kognitiver und emotionaler Marker bei
dyadischen Interaktionen", 98.000€

Schriftenverzeichnis

Artikel in Fachzeitschriften/ Monografie/ Buchkapitel

2020

Genauck, A., Andrejevic, M., Brehm, K., Matthis, C., Heinz, A., Weinreich, A., ... & Romanczuk-Seiferth, N. (2020). Cue-induced effects on decision-making distinguish subjects with gambling disorder from healthy controls. *Addiction Biology*. DOI: 10.1111/adb.12841

IF 5.9

Weinreich, A. (2020). Liebe auf den ersten Klick: warum Emotionsmessung den wirtschaftlichen Erfolg von Online Diensten sichert. In *Neuromarketing in der Praxis* (pp. 35-50). Springer Gabler, Wiesbaden.

2018

Weinreich, A., Soutschek, A., Schubert, T. (2018). Facial Electromyography Reveals Dissociable Affective Responses in Social and Non-Social Cooperation. *Motivation & Emotion*. doi:/10.1007/s11031-017-9662-2

IF 1.9

2017

Kaltwasser, L., Moore, K., Weinreich, A. & Sommer, W. (2017). The influence of emotion type, social value orientation and processing focus on approach-avoidance tendencies to negative dynamic facial expressions. *Motivation & Emotion*. doi:10.1007/s11031-017-9624-8

IF 1.9

2016

Weinreich, A., & Gollwitzer, A. (2016). Automaticity and affective responses in valence transfer: Insights from the crossmodal auditory-visual paradigm. *Psychology of Music*, 0305735615626519. doi: 10.1177/0305735615626519

IF 2.0

Weinreich, A., Stephani, T., Schubert, T. (2016). Emotion effects within frontal alpha oscillation in a picture oddball paradigm. *International Journal of Psychophysiology*.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2016.07.517>

IF 2.9

2014

Weinreich, A., & Funcke, J. M. (2014). Embodied simulation as part of affective evaluation processes: Task dependence of valence concordant EMG activity. *Cognition & Emotion*, 28(4), 728-736. doi.org/10.1080/02699931.2013.848788

IF 2.6

Weinreich, A., Strobach, T., Schubert, T. (2014). Expertise in video game playing is associated with reduced valence-concordant emotional expressivity. *Psychophysiology*. doi: 10.1111/psyp.12298

IF 3.7

Weinreich, A., Meixner, J. & Nachtwei, J. (2014). Essay – Vorne Lanxess, hinten VW. *Human Resources Manager*, 5/14, 76-79.

Weinreich, A., Matern, C., Meixner, J. (2014). Neuro ist tot. Es lebe Neuro. *Planung & Analyse*.

Wissenschaftliche Vorträge/ Funktionen in wissenschaftlichen Fachtagungen/ Wissenschaftskommunikation und Wissenstransfer

2020

Greenwashing: Konsum gegen den Klimawandel. Filmbeitrag bei 3sat. Keuper, D. (2020)

Die geheimen Botschaften der Wahlplakate. <https://www.krone.at/2229054>. Interview in der österreichischen Kronenzeitung. Graf, V. (2020)

2019

Weinreich, A. (2019). Kundenverhalten positiv beeinflussen: Über neurowissenschaftliche Verhaltenstheorien und räumliche Emotionsmessung. *Digital Growth Unleashed*. Berlin.

Nimmervoll, L (2019). Die Kunst und die Codes eines guten Wahlplakats. *DerStandard*

Was steht uns ins Gesicht geschrieben? <https://www.spektrum.de/news/emotionen-kriminalitaet-und-charakter-was-kann-gesichtserkennung-aus-dem-gesicht-lesen/1629144>. Interview in *Spektrum.de*. Wolf, C. (2019)

2017

Weinreich, A. (2017). Measuring emotions. KOSMOS Dialogue "Music, Emotion, and Visual Imagery". Berlin.

Warum neigen wir zu Aggressionen? Interview bei Deutschlandfunk Nova. Bienert, M. (2017).

2016

Weinreich, A. (2016). Facial Electromyography Reveals Dissociable Affective Responses in Social and Non-Social Cooperation. Annual Conference der Society for Neuroeconomics.

Weinreich, A. (2016). Verkabeln. Verstehen. Verlieben. Emotionalisieren mit neurowissenschaftlichem Know-How. Vortrag auf der „Targeted Online Marketing Conference“ in Berlin.

Weinreich, A. (2016). Neuromarketing = Eyetracking plus? Vortrag auf dem 1. Neuromarketing Day in Berlin.

Vermessung der Gefühle. <http://future.arte.tv/de/gefuehle>. Wagner, L. (2016).

Wir wissen, wie Du fühlst. Zeitschrift politik&kommunikation. <http://www.politik-kommunikation.de/ressorts/artikel/wir-wissen-wie-du-fuehlt-695189591>. Hünninghaus, A. (2016).

Mit der Macht der Gefühle. Adlershof Journal. <http://www.adlershof.de/news/mit-der-macht-der-gefuehle/>. Wessling., C. (2016).

Sein Kopf sagte: Gute Wahl. Sein Bauch schlug Alarm. Werkstattbrief. <http://www.profilwerkstatt.de/werkstattbrief/sein-kopf-sagte-gute-wahl-sein-bauch-schlug-alarm/>. Sell, F. (2016).

Ins Gehirn der Verbraucher. Interview für den evangelischen Pressedienst. Bunjes, M. (2016).

Emotionsmessung mit emolyzr. Interview bei Radio Fritz. (2016).

2015

Weinreich, A. (2015). Brainwashed! Wie Emotionen unser Verhalten im Internet steuern. Vortrag auf dem Campixx Neuromarketing Week in Berlin.

Weinreich, A. (2015). Endlich wirksames Marketing: Messung und Manipulation von Emotionen. Marketing Club Magdeburg

Made in Berlin – Gründerportrait emolyzr: Interview. rbb (2015).

Ratgeber - Hightech-Gedankenleser im Selbsttest. Interview auf n-tv (2015).

2014

Weinreich, A. (2014). Emotionen und wirksames Employer Branding. Konferenz für Employer Branding. Berlin.

Weinreich, A. & Nachtwei, J. (2014). Nutzen sie die Macht der Gefühle?

Ein neurowissenschaftlicher Benchmark des Employer Branding der DAX30. PLAY – Strategiekonferenz für Bewegtbildkommunikation. Berlin.

Weinreich, A., Meixner, J. & Nachtwei, J. (2014). Essay – Vorne Lanxess, hinten VW. Human Resources Manager, 5/14, 76-79.

Weinreich, A., Matern, C., Meixner, J. (2014). Neuro ist tot. Es lebe Neuro. Planung & Analyse.

Hochschule als Brutstätte. Gründerküche.de. Altmann, P. (2014).

Merkel-Plakat macht selbst SPD-Anhänger glücklich.

<https://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/europawahl-2014-emotionale-reaktionen-auf-wahlplakate-a-971053.html>. Spiegel Online. Hauschild, J (2014).

2013

Weinreich, A. (2013). Valenz als Indikator und Prädiktor von Motivation. Universität Kiel, Fachbereichskolloquium.

Ausgezeichnete Ideen. <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/ausgezeichnete-ideen/8283882.html>. Tagesspiegel, 1.6.2013 Visser, C. (2013).

2010

Weinreich, A., Frensch, P. A. (2010). Interozeptive Bewusstheit moduliert subliminales Affektives Priming. Tagung experimentell arbeitender Psychologen, Saarbrücken.

2009

Weinreich, A., Frensch, P. A. (2009). Zeitliche Moderatoren des Affektiven Priming von Präferenzurteilen. Tagung experimentell arbeitender Psychologen, Jena.

2008

Weinreich, A., Frensch, P. A. (2008, talk). Arousal Moderates Evaluation. Symposium on „Emotions & Emotional Representations“, International Congress of Psychology, Berlin.