

Ausgabe No. 36

Nun ist das Jahr 2018 schon fast einen Monat alt und hat hoffentlich für alle gut begonnen, um im Verlauf noch besser zu werden ☺. Ich freue mich, Sie und euch mit der ersten Ausgabe 2018 zu begrüßen, für die ich mal wieder quer durch verschiedene Liebes- und Lebensbereiche gesurft habe. Viel Spaß beim Lesen!

Alle 11 Minuten ...

Wir alle kennen die verführerische Zeit-Formel, nach der sich angeblich ein Single über Parship verliebt. Auch wenn die Formel als statistische Unwahrscheinlichkeit enttarnt wurde: Datingportale und -apps boomen ungebremst.

Eine Forschergruppe der Hochschule Fresenius in Köln hat nun alle bisherigen Studienbefunde dazu gesammelt – und dabei Überraschendes zusammen getragen.



- ✓ Offenbar nutzen längst nicht nur Singles die Portale: In einer Erhebung von 2016 entpuppte sich **jeder fünfte Nutzer als vergeben**, aber auf der Suche nach einem Seitensprung o.ä.
- ✓ In der digitalen Präsentationen sind Fotos, Profiltexte und -namen von zentraler Bedeutung. Frauen inszenieren sich hier verstärkt als **jugendlich**. Männer hingegen wählen Bilder, die **Maskulinität** ausstrahlen und auf denen sie größer wirken.
- ✓ Je mehr Zeit zwischen erstem Kennenlernen im Netz und einem Treffen in der „Echtwelt“ verging, **umso weniger mochten die Partner/-innen das Gegenüber**. Die Ursache: In den Köpfen entsteht schnell ein idealisiertes Bild vom anderen, das sich mit der Zeit verfestigt – dann ist Enttäuschung programmiert.
- ✓ Aus dem virtuellen Geplänkel gehen häufig feste Partnerschaften oder gar Ehen hervor. Laut einer Umfrage unter rund 20 000 US-Amerikanern hat **jede dritte Ehe** ihren Ursprung im Internet. Die Onlinepaare waren sogar **zufriedener** mit ihrem Bund fürs Leben als jene, die sich in der Uni oder einer Bar kennengelernt hatten.

Quelle: http://www.psychologie-heute.de/news/gesundheitspsychologie/detailansicht/news/kennenlernen_im_netz/

Meins, wenn ich es anfassen kann...

Obwohl die Digitalisierung zunehmend voranschreitet, **bevorzugen viele Menschen Bücher, Filme oder Musik immer noch in Form von physisch greifbaren Objekten, die man sich ins Regal stellen kann**. So ist zum Beispiel der Anteil von E-Books am Gesamtumsatz des Buchmarkts immer noch sehr gering.

Aber warum ist das so? Dieser Frage sind Forscher der Universität Basel und der Boston University etwas genauer nachgegangen.

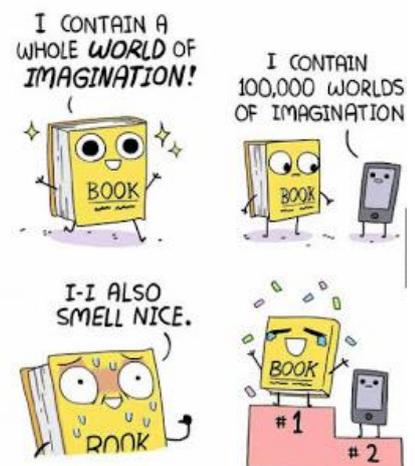
In einer ganzen Serie von Experimenten stellten die Wissenschaftler fest, dass ihre Probanden für die physische Variante eines Produktes stets bereit waren **mehr zu zahlen** als für die digitale. So erschien den Teilnehmern ein gemeinsames Foto mit einem Schauspieler beispielsweise **wertvoller**, wenn sie es in gedruckter Form in die Hand bekamen, als wenn die Forscher es ihnen per E-Mail zusandten. Ähnlich verhielt es sich bei bekannten Büchern oder Filmen, für welche die Testpersonen eher tiefer in die Tasche griffen, wenn sie das Produkt auf Papier beziehungsweise auf DVD erhielten.

Möglicherweise hängt dieser Effekt damit zusammen, dass wir die Produktionskosten für ein gedrucktes Buch höher einschätzen als für ein E-Book.

Oder es liegt schlicht daran, dass wir es gewöhnt sind, für digitale Produkte manchmal ein kleines bisschen **weniger** zu bezahlen.

Die Autoren fanden aber noch eine andere Ursache, die sich viel deutlicher bemerkbar machte: Bei einem E-Book, einer digitalen Bild- oder Filmdatei hatten die Probanden **weniger stark das Gefühl, das Produkt wirklich zu besitzen**.

Hielten sie dagegen beispielsweise eine gedruckte Ausgabe in der Hand, waren sie eher der Ansicht: **Das ist meins!**



Quelle: <http://www.spektrum.de/news/warum-wir-gedruckte-buecher-lieber-moegen-als-e-books/1514653>

The work is to click

Digitale Ameisen sind routiniert und fleißig: Sie schreiben für wenig Geld Produkttexte, füllen Fragebogen aus, recherchieren Daten und prüfen Links. Studenten, Schüler und Selbstständige erledigen als sogenannte ‚Clickworker‘ solche Kleinaufträge zu günstigen Konditionen. Von welchem Ort aus sie das tun, ist egal.



Crowdsourcing wird dieser Prozess genannt, in dem Firmen Projekte in Mikrojobs splitten und sie mit dieser neuen Form des Outsourcings auslagern.

„Crowdsourcing“ ist vor allem in den USA sehr verbreitet, wo Arbeitnehmer häufig parallel drei bis vier Mini-Jobs haben, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Aber auch in Deutschland gibt es einen Markt: Das Crowdsourcing-Portal „Clickworker“ verzeichnet so etwa 175.000 deutsche Mitglieder, die sich von einem Mikrojob zu nächsten hangeln. Sieht so unsere Arbeitswelt der Zukunft aus? Sind Clickworker eine neue Konkurrenz für Arbeitnehmer?

Aus Sicht der Clickworker hat dieses Arbeitsmodell durchaus **Vorteile**: Blogger Johannes ist ein Clickworker. Er schreibt über seine Erfahrungen: „Der Verdienst liegt zwar deutlich unter dem Mindestlohn, aber es fallen auch keinerlei extra Zeit und Kosten an – wie Fahrkosten oder Arbeitsmaterial. Zudem kann man diese Aufträge sehr flexibel abarbeiten, nebenbei eine DVD gucken oder andere sonst ungenutzte „Zeitfenster“ damit sinnvoll füllen und sich so ein gutes Taschengeld verdienen.“ Clickworking sorgt also für ein leicht verdientes Nebeneinkommen.

Aus Sicht der Arbeitnehmer erwächst durch die Clickworker eine neue **Konkurrenz**. Manch einer befürchtet sogar, selbst in die ungewollte Selbstständigkeit getrieben zu werden und hochflexibel, schlecht bezahlt und ohne Arbeitsschutz arbeiten zu müssen. „Sogar akademische Tätigkeiten, zum Beispiel in der Marktforschung oder bestimmte Management-Funktionen, könnten aus der klassischen Beschäftigung gelöst werden“, sagt Managementberater Thomas Vehmeier und ergänzt: „Überall dort, wo es auf Spitzenqualität ankommt, werden wir allerdings auch weiterhin abgestimmte Prozesse benötigen. Das können Sie nicht mit ständig wechselndem Personal erledigen.“ Wie also mache ich mich unersetzlich in meinem Job? Der Experte hat dafür folgende Tipps:



Keep calm: Im persönlichen Bereich haben die meisten von uns schon mehrere „Digitalisierungen“ hinter sich: Von der Schallplatte bis hin zum Streaming haben wir das ganz gut geschafft – und auch im beruflichen Umfeld passieren Veränderungen nicht über Nacht. Wir können uns darauf vorbereiten und bewusst damit umgehen.

Lebenslanges Lernen ist Pflicht: Zunächst muss man verstehen, dass die Digitale Transformation kein einmaliger Prozess ist, sondern sich in mehreren Zyklen abspielt. Es reicht nicht, sich jetzt einmal digital fit zu machen, um dann bis zur Rente gewappnet zu sein.

Eigeninitiative ergreifen: Warten Sie nicht darauf, bis Ihnen Ihr Vorgesetzter eine Weiterbildung anbietet – verstehen Sie sich als Verantwortlicher und Treiber Ihrer Weiterentwicklung und nutzen Sie dazu alle formalen, aber auch informellen Möglichkeiten. Welche Trends und Themen sind konkret für Ihre Tätigkeit erforderlich?

Chancen erkennen: Mit der Digitalisierung fallen nicht nur Jobs weg, es entstehen auch neue Berufsbilder und Aufgabenfelder. Flexiblere Arbeitsmodelle wie das Arbeiten im Home Office ermöglichen es Ihnen, Ihre Arbeit mit Familie und Freizeit besser in Einklang zu bringen.

Quelle: <https://www.haufe-akademie.de/perspektiven/clickworker/>

Vertrauen first

Harvard-Professorin Amy Cuddy beschäftigt sich seit über 15 Jahren mit dem **Phänomen des ersten Eindrucks** und widmete dieser Thematik zuletzt ein Buch unter dem Titel "Presence". Sie sagt, es seien zwei zentrale Fragen, die wir uns unterbewusst stellen, wenn wir auf ein neues Gegenüber treffen:

**Wie vertrauenswürdig wirkt dieser Mensch?
Als wie kompetent schätze ich ihn ein?**

Warum diese beiden Fragen? Aus unserem **Überlebenstrieb** heraus, so die Psychologin. Es sei für einen Höhlenmensch oberste Priorität gewesen, einen Menschen einschätzen zu können, um nicht getötet oder überfallen zu werden. Dieser Trieb beeinflusse uns auch heute noch.

Dennoch glauben nach Einschätzungen der Psychologin die meisten Menschen, **dass Kompetenz im beruflichen Kontext das wichtigere Attribut ist**.

Wer sich jedoch nur darum kümmere, intelligent und kompetent zu erscheinen, wirke oft kalt und unnahbar, so die Psychologin.

Bei Bewerbungsgesprächen hätten solch überengagierte Menschen oft weniger gute Chancen, weil sie nicht genug **von ihrer Persönlichkeit teilen und sich dadurch kein Vertrauen einstelle**.



**“Yes, I think I have good people skills.
What kind of idiot question is that?”**

Bis zum nächsten Glücksletter!