

Inhalt

- Editorial: Statussymbole – Haben, was andere nicht haben können 7
Lioba A. Gierke & Fabiola H. Gerpott

Statussymbole & Unternehmen

- Kapitel 1: Soziale Selbstinszenierung und Einzigartigkeit: Wie funktionieren Statussymbole im Management? 19
Ulrich Hemel
- Kapitel 2: Was können Machthabende aus der Geschichte lernen, wenn es um die Etablierung von Statussymbolen geht? 41
Markus Hühn
- Kapitel 3: Mehr als das Bücherregal im Hintergrund: Wie Führungskräfte in Online-Meetings Status signalisieren und Einfluss ausüben 69
Fabiola H. Gerpott & Rudolf Kerschreiter
- Kapitel 4: Gaming, E-Sport und virtuelle Güter – Wie signalisiere ich meinen Status in digitalen Welten 89
Christopher Hana & Melanie Schrandt
- Kapitel 5: Größer, höher, weiter – Wie die Mobilität von morgen schon heute unsere Statussymbole verändert 127
Isabella Geis
- Kapitel 6: Wirklich besser als nichts? Das Risiko von Virtue Signaling in der Unternehmenskommunikation über Diversitätsmanagement 143
Jan E. Walsken

Kapitel 7: „Ich biete dir etwas, was die anderen nicht haben“ – Umgang mit Statussymbolen im Unternehmenskontext <i>Christin Seidel & Christian Holz</i>	169
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Statussymbole & Individuum

Kapitel 8: Technik als Statussymbol <i>Jonas Hielscher & Verena Lörsch</i>	201
-----------------------------------------------------------------------------------	-----

Kapitel 9: Follower:innen, Likes und Reichweite – Online-Präsenz als neues Statussymbol? <i>Wiebke Stegh & Sascha Himmelreich</i>	223
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Kapitel 10: Digital Literacy: Statussymbol der Zukunft und essenzieller Bestandteil der Weiterbildung <i>Moritz Meißner</i>	245
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Kapitel 11: Kunst als digitale Kapitalie – Wie die Digitalisierung das Sammeln, Ausstellen und Produzieren von Kunst verändert <i>Nike Dreyer & Julia Wunderlich</i>	269
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Kapitel 12: Statussymbole im Wandel... Eine Einordnung und Impulse für den eigenen Ausblick <i>Lioba A. Gierke & Fabiola H. Gerpott</i>	293
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Herausgeberinnen	307
------------------	-----

Autor:innen	308
-------------	-----

Illustratorin	314
---------------	-----