

Inhalt

Vorwort zur 2. Auflage	11
Vorwort	13
1 Soziales Kapital: Status, Hierarchie und Macht	17
Statusverhalten und Statusspiele	17
Sozialer Status und Hierarchie	22
Der Matthäus-Effekt	27
Warum Statusspiele wichtiger geworden sind:	
das Hierarchie-Paradoxon	28
Scham	31
Schamvermeidungsspiele	33
Statuszuschreibungen	35
Status und Glück	36
Eine Warnung	37
2 Sprache und Status	41
Kommandos und Hierarchien	41
Der Name als Befehl	44
Majestätenplural	45
Fragen: von harmlos bis bohrend	48
Kommentare abgeben	51
Beurteilen	52
Erwartungen erfüllen und Erwartungen durchbrechen	56
Sich ins Gespräch bringen	58
Geschichten erzählen	59
Sich hilflos stellen	62
›Schau mir zu ...‹	66
Der Dumme ist der Gescheitere	69
Zögern	71
Adjektive, Absicherungen, Ankündigungen	72
Hauptwörter	73
Höflichkeit und geschliffene Sprache	74
Passive Sprache und Vergangenheit	76

Charismatisch sein	77
Positive Sprache	80
Emotionen und Werte ansprechen	81
Metaphern und Übertreibungen	82
Status und Raumbilder	84
Mehrdeutig	87
Ignorieren	89
Die üblichen Killer	93
Beleidigung	95
Sich über mögliche Kritik erheben	96
Bewusst statusneutral bleiben: offene Kommunikation	99
Schnelle Statuswechsel	100
Andere zum Statuswechsel bewegen	102
Die Kunst des Verhandelns und Verkaufens	104
3 Kleinspielen	107
Eintritt in die Firma	107
Meetings	108
Niedriger Status als Trick: Naivität	109
Columbo, der kleine Held	110
Expertenfallen	113
Hierarchie- und Statusfallen	116
Führen mit niedrigem Status	116
Baroni: Kleinspielen als Hoch-Statusverhalten	117
4 Körpertanz	119
Alt oder Sopran, Tenor oder Bass	120
Sprechrhythmen	121
Wortgewichte	125
Jenseits der Stimme	125
Über- und Unterordnungsblitze	127
Die Macht des Lidschlags	130
Augen-Ausdruck	131
Wiedererkennungssignale	133
Pupillenspiele	136
Kontrollierte Gesichter	138

Bedeutsame Körper	139
Gesten vermitteln Status	140
Power-Walking	144
Körperbewusstheit	147
5 Raum	149
Statusgeografie	152
Organigramme und Rangabzeichen	157
Raum markieren	159
Der persönliche Raum	164
Dominanz durch Berührung	170
Sich Körperraum nehmen	173
Raumgefühle	175
6 Kalros: Zeit als Statusinstrument	179
Zeit ausfüllen	179
Der oder die Erste sein	181
Taktische Verspätungen	182
Termine festlegen	185
Pläne und Programme	186
Das ›Timing‹ organisationalen Wandels:	
Wann ist welches Statusverhalten sinnvoll?	188
Nicht drinnen und nicht draußen: Liminalität	197
7 Inszenierung	199
Eindrucksmanagement	199
Das Ensemble	200
Netzwerke	204
Täter und Opfer	205
Sekretärinnen und Sekretäre	206
Organisation	208
Sei rigide!	210
Spezialisierung	211
Große Probleme machen große Leute	212
Magie	213
Schönheit	215

Der erste Eindruck jenseits der Schönheit:	
Status-Marker	216
Der äußere Auftritt: Kleidung	218
Der Titel macht dich »real«	221
Nuntius: der geborgte Status	222
Den Matthäus-Effekt inszenieren	224
Statussignale von Firmen und Gruppen	226
Die Politische Arena	227
Geschäftsessen	229
Statusauktionen	232
Konfliktmanagement und Verhandlung	235
Teamrollen	238
Moderation: Kontrolle des Prozesses	241
Vermittler, Broker	242
Improvisation	243
Organisationsrollen: Stab versus Linie	245
Rahmenwechsel	247
Humor	249
Strategische Positionierung	250
Feste feiern und Potlatsch: »Geben ist seliger denn Nehmen ³¹	253
Wohltätigkeit und Ehrenamt	257
8 Status und Geschlecht	261
Das soziale Kapital der Frauen	264
Körpersignale	272
Jenseits der Damenkränzchen	273
Sich herunterfeiern	275
Keine Zeit haben	276
9 Rankings und Soziale Medien	279
Der Unterhaltungswert von Status	281
Preisverleihungszeremonien	282
Die soziale Tretmühle in Gang halten	282
Virtuelle Teams	284
Soziale Medien	287

Empörungswellen	288
Online-Status-Spiele	290
Soziale Medien als Ausstellung	292
Museums-Freunde	293
Charity wirkt noch mehr im Online-Universum	297
Das Museum vom Ich	298
Literatur	303
Nachwort	311
Anmerkungen	313
Stichwortverzeichnis	317