

# Inhalt

---

<b>Danksagung</b> .....	11
<b>1 Einleitung</b> .....	13
<b>2 Theoretische Vorüberlegungen</b> .....	25
2.1 Gesellschaftliche Relevanz .....	25
2.2 Historischer Bezug .....	28
2.3 Organisationale Herausforderung .....	29
2.4 Stand der Forschung .....	35
2.4.1 Resonanz in der Soziologie .....	35
2.4.2 Resonanz in der Psychologie .....	37
2.4.3 Resonanz im interdisziplinären Forschungsfeld Organizational Behavior .....	38
2.5 Forschungslücke, Forschungsziel und Leitfrage der Arbeit .....	41
<b>3 Theoretischer Bezugsrahmen</b> .....	45
3.1 Resonanztheorie nach Hartmut Rosa .....	45
3.1.1 Voraussetzungen für das Entstehen von Resonanz .....	49
3.1.2 Resonanzverstummen .....	54
3.1.3 Kritische Betrachtung der Resonanztheorie .....	57
3.2 Organisation als Resonanzraum und Ort des Resonanzenerlebens .....	61
3.2.1 Gesellschaftliche Funktion von Organisationen .....	62
3.2.2 Purpose aus der Perspektive managementorientierter Organisationsforschung ..	64
3.2.3 Public Value als Beitrag zum Gemeinwohl .....	70
3.3 Synthese: Organisation als Resonanzraum .....	80
<b>4 Empirische Untersuchung</b> .....	83
4.1 Grounded Theory als Strategie qualitativer Sozialforschung .....	83
4.1.1 Kennzeichen Grounded Theory .....	84
4.1.2 Triangulation .....	90
4.1.3 Expert*innen-Interview, Gruppeninterview und Gruppendiskussion .....	91

4.2	Forschungsdesign .....	92
4.2.1	Begründung der Forschungsperspektive .....	92
4.2.2	Forschungsprozess .....	93
4.2.3	Fallauswahl .....	96
4.2.4	Datenerhebung .....	100
4.2.5	Datenanalyse .....	106
4.3	Reflexion der Güte des Forschungsprozesses .....	112
<b>5</b>	<b>Organisation als Resonanzraum – empirische Fundierung und konzeptionelle Erweiterung</b> .....	<b>129</b>
5.1	Die Anliegen der Organisationsentwickler*innen .....	129
5.1.1	Ermöglichung positiver Resonanz in Organisationen .....	129
5.1.2	Mensch sein: Achtung der (Grund-)Bedürfnisse aller Organisationsmitglieder .....	131
5.1.3	Gemeinwohlorientierung und Gemeinwohlbeitrag von Organisationen .....	136
5.2	Resonanz und Resonanzerleben in Organisationen – empirische und konzeptionelle Erweiterung der Rosa'schen Resonanztheorie .....	139
5.2.1	Emotionale Aktivierung und Embodiment .....	139
5.2.2	Bedeutung von Emergenz und Selbstwirksamkeit für positive Resonanz .....	144
5.2.3	Resonanz und die Veränderungsfähigkeit von Organisationen .....	146
5.3	Erweiterung des Resonanzbegriffs: von positiven, negativen und verstummenden Resonanzen in Organisationen .....	150
5.3.1	Positive Resonanz .....	151
5.3.2	Resonanzverstummen .....	155
5.3.3	Negative Resonanz .....	158
5.4	Resonanz in Organisationen – eine Definition .....	162
<b>6</b>	<b>Positive Resonanz in Organisationen und ihre Auswirkungen</b> .....	<b>167</b>
6.1	Faktoren positiver Resonanz .....	167
6.1.1	Purposeerleben – ein gesellschaftlicher Beitrag von Organisationen und ein Sinnerleben der Mitarbeitenden .....	168
6.1.2	Gelingende Beziehungen über Verbindung gestalten .....	175
6.1.3	Führungskräfte als Öffner*innen von Resonanzräumen verstehen .....	183
6.1.4	Mitarbeitende und Führungskräfte als Menschen in ihren Rollen sehen .....	199
6.1.5	Konsistenz zwischen Individuum und Organisation erleben .....	207
6.2	Auswirkungen auf Mensch, Organisation und Gesellschaft .....	214
6.2.1	Auswirkungen auf die Organisationsmitglieder und die Organisation .....	214
6.2.2	Auswirkungen auf die Gesellschaft mittels Public-Value-Theorie .....	222
6.3	Synthese: Positive Resonanz .....	233

<b>7</b>	<b>Resonanzverstummen und negative Resonanz und ihre Auswirkungen</b> .....	237
7.1	Faktoren, die ein Resonanzverstummen und eine negative Resonanz bedingen .....	237
7.1.1	Fehlender organisationaler Purpose und fehlendes Sinnerleben der Mitarbeitenden .....	238
7.1.2	Macht und Distanz statt Beziehungsorientierung .....	244
7.1.3	Führungskräfte schließen Resonanzräume .....	253
7.1.4	Der Mensch als funktionales Objekt .....	262
7.1.5	Inkonsistenzen zwischen Individuum und Organisation .....	274
7.2	Auswirkungen von Resonanzverstummen und negativer Resonanz auf Mensch, Organisation und Gesellschaft .....	278
7.2.1	Auswirkungen auf Organisationsmitglieder und Organisation .....	279
7.2.2	Auswirkungen auf die Gesellschaft mittels Public-Value-Theorie .....	295
7.3	Synthese: Resonanzverstummen und negative Resonanz .....	310
<b>8</b>	<b>Diskussion und Theoretische Implikationen</b> .....	315
8.1	Theoretische und Empirische Erweiterung der Resonanzforschung .....	315
8.1.1	Zusammenfassende Diskussion der Erweiterung der Rosa'schen Resonanztheorie .....	315
8.1.2	Die fünf Resonanzfaktoren von positiver, verstummender und negativer Resonanz .....	319
8.1.3	Resonanz Erfahrungen sind Gemeinwohlerfahrungen .....	322
8.1.4	Organisation als Resonanzraum .....	324
8.2	Limitationen des Resonanzkonzepts .....	328
8.2.1	Grenzen und Limitationen des entwickelten Resonanzkonzepts .....	328
8.2.2	Grenzen des Resonanzkonzepts in der Praxis .....	332
8.3	Leistungsfähigkeit des Resonanzkonzepts für die Praxis .....	333
8.3.1	Organisation als Resonanzraum – den Zwischenraum gestalten .....	334
8.3.2	Positive Resonanz stärkt und stabilisiert das System Organisation – im organisationalen Alltag und in der Krise .....	335
8.3.3	Resonanz ermöglicht Veränderungen – Resonanz und Organisationsentwicklung .....	337
8.4	Synthese: Theoretischer, empirischer und praktischer Beitrag .....	339
<b>9</b>	<b>Schlussbetrachtung und Ausblick</b> .....	341
	<b>Literatur</b> .....	345
	<b>Anhang</b> .....	387

