

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
Abbildungsverzeichnis	10
Abkürzungsverzeichnis.....	11
1 Einleitung	15
1.1 Ausgangssituation	15
1.2 Problemstellung und Zielsetzung	16
1.3 Aufbau der Arbeit.....	19
2 Wissenschaftstheoretische Einordnung der Arbeit	20
2.1 Paradigmenvielfalt in der Management- und Organisationsforschung	20
2.2 Paradigmatische Strömungen in der Management- und Organisationsforschung	21
2.2.1 Erkenntnisinteresse von Theorien	21
2.2.2 Realismus und Anti-Realismus	23
2.2.3 Das Dualismus-Problem	25
2.3 Phänomenologie und Naturwissenschaft.....	27
2.3.1 Phänomen und Theorie	27
2.3.2 Subjektive Evidenz und objektive Richtigkeit	31
2.3.3 Phänomenologische und naturwissenschaftliche Methode	34
2.4 Das Paradigma des Restrealismus.....	38
3 Aktueller Forschungsstand zum Atmosphärenbegriff	44
3.1 Atmosphäre und Stimmung.....	44
3.2 Historischer Überblick über die Atmosphärenforschung.....	46
3.2.1 Stimmung bei Heidegger	46
3.2.2 Gelebter Raum bei Dürckheim	49
3.2.3 Stimmung bei Bollnow	51
3.2.4 Atmosphäre bei Tellenbach	54
3.2.5 Atmosphäre bei Schmitz	56
3.2.6 Atmosphäre bei Böhme.....	61
3.2.7 Atmosphäre bei Rappe	62
3.2.8 Aktuelle Ansätze und ihre historischen Bezüge	65
3.3 Atmosphären in der Wirtschaftswissenschaft	67
3.3.1 Atmosphärische Ladengestaltung im Marketing.....	67
3.3.1.1 Relevanz und Wahrnehmung von Ladenatmosphären.....	67
3.3.1.2 Umweltpsychologische Grundlagen	69
3.3.1.3 Problematik der Atmosphärenverortung	73
3.3.2 Emotionales Klima und Gruppenatmosphäre	77
3.3.3 Organisationale Ästhetik	80
3.3.4 Atmosphäre bei Schöll und Pfister.....	83

3.4	Implikationen für die Erforschung von Atmosphären in Organisationen	85
4	Phänomenologische Grundlagen eines erweiterten Atmosphärenverständnisses	89
4.1	Begründung der leibphänomenologischen Vorgehensweise	89
4.2	Subjektiv gespürter Leib	91
4.2.1	Körper und Leib	91
4.2.2	Enge und Weite als Dimension des Raumes	94
4.2.3	Lust und Unlust als Dimension der Zeit	96
4.2.4	Spontaneität, Responsivität und die Reflexivität des Leibes	99
4.3	Gefühle als Atmosphären	101
4.3.1	Betroffensein und Wahrnehmung von Atmosphären	101
4.3.2	Atmosphäre, Raum und Autorität	103
4.3.3	Atmosphäre, Zeit und Sozialisation	105
4.3.4	Atmosphäre und leibliche Regung	108
4.3.5	Bewegungssuggestionen und synästhetische Charaktere... ..	110
4.4	Leibliche Kommunikation und Ausdruck	112
4.5	Situation, Atmosphäre und leibliche Kommunikation	115
4.6	Integration umweltpsychologischer und phänomenologischer Erkenntnisse	119
5	Entwicklungsdynamiken gemeinsamer Situationen und Atmosphären in Organisationen	123
5.1	Organisation und Kommunikation	123
5.2	Formen leiblicher Kommunikation	127
5.2.1	Führungskommunikation als antagonistische Einleibung	127
5.2.2	Teamkommunikation als solidarische Einleibung	135
5.3	Die Ausbildung und Verfestigung gemeinsamer Situationen	138
5.3.1	Wechselseitige Führungskommunikation als Fundament leiblicher Beziehungen	138
5.3.2	Die gestaltkreishafte Ausbildung und Verfestigung leiblicher Beziehungen	144
5.3.3	Verbundenheit und Abgrenzung durch gemeinsame Situationen	147
5.3.4	Nachahmung und Angleichung in gemeinsamen Situationen	149
5.4	Die Atmosphäre der Gemeinschaft	154
5.4.1	Die gestaltkreishafte Ausbildung und Verfestigung der Wahrnehmung von Atmosphären	154
5.4.2	Die Aktualisierung der Atmosphäre der Gemeinschaft durch Rituale	156
5.5	Die Etablierung und Auflösung der Gemeinschaft	160

5.5.1	Verwischung der Ursprünge einer Gemeinschaft und Mythenbildung.....	160
5.5.2	Absinkung der Gemeinschaft in die Alltäglichkeit.....	162
5.5.3	Transformation und Auflösung der Gemeinschaft.....	165
5.6	Atmosphäre, Situation und Raum.....	168
5.6.1	Das Verhältnis von Situations- und Raumatmosphäre	168
5.6.2	Verbundenheit und Abgrenzung durch das Wohnen.....	172
5.7	Situative Pluralität	175
6	Entwicklungsdynamiken der organisationalen Situation und organisationaler Atmosphären	178
6.1	Die organisationale Situation	178
6.1.1	Die Ausbildung und Verfestigung der organisationalen Situation.....	178
6.1.2	Organisationskultur als organisationale Situation.....	181
6.1.3	Einheitlichkeit und Attraktion als Kriterien der Stärke einer Organisationskultur	186
6.2	Die organisationale Atmosphäre	189
6.2.1	Die atmosphärische Wirkung der Organisationskultur	189
6.2.2	Organisationsklima als organisationale Atmosphäre.....	192
6.3	Organisationsklima und Organisationskultur.....	194
6.3.1	Klimatische Erneuerung und Umstimmung der Organisationskultur	194
6.3.2	Organisationsklima ohne Organisationskultur	198
6.4	Der Gestaltkreis der Organisationskultur	200
7	Erscheinungsweisen von Atmosphären in Organisationen: eine Idealtypologie	205
7.1	Differenzierung von Atmosphären und Bildung von Idealtypen....	205
7.2	Vier Idealtypen von Atmosphären.....	208
7.2.1	Idealtyp 1: Die einladend-engende Atmosphäre.....	210
7.2.2	Idealtyp 2: Die einladend-weitende Atmosphäre	212
7.2.3	Idealtyp 3: Die ausladend-engende Atmosphäre	213
7.2.4	Idealtyp 4: Die ausladend-weitende Atmosphäre	215
7.3	Der situative Einfluss auf die idealtypische Einordnung von Atmosphären.....	217
7.4	Nähe und Distanz als Verbindungsglied der Idealtypen von Atmosphären.....	220
7.5	Idealtypen von Organisationsklimata	222
7.6	Einordnung der Realtypen von Atmosphären nach Schöll.....	227
7.7	Anwendungsbeispiel Kreativität und Möglichkeiten der Gestaltung	231
8	Zusammenfassung und Ausblick.....	235
	Literaturverzeichnis	240