
Inhalt

1	Einführung in das Thema	1
1.1	Storytelling als Trendthema	1
1.2	Grundunterscheidung zwischen Inhalt und Darstellung	3
1.3	Theoretische Perspektiven und textlinguistische Untersuchung	7
2	Storytelling in der PR-Praxis	11
2.1	Begriffsdefinition Storytelling	11
2.2	Einsatzbereiche und Ziele	16
2.3	Elemente einer Geschichte	23
2.4	Core Story	29
2.5	Unternehmensidentität und Selbstbild	35
2.6	Die Gründungsgeschichte aus PR-Perspektive	36
2.7	Zusammenfassung	38
3	Die Erzählung in der Literaturwissenschaft	43
3.1	Narrativität und Ereignis	43
3.2	Handlung und Darstellung	47
3.3	Semantische Felder und die Grenzüberschreitung	51
3.4	Nutzwert für die Public Relations	53
3.5	Zusammenfassung	54
4	Der Text und die Textsorte in der Textlinguistik	57
4.1	Definition des Textes	57
4.2	Die Mehrebenenanalyse von Textsorten	63
4.2.1	Situationalität	64
4.2.2	Funktionalität	65
4.2.3	Themenentfaltung	68
4.2.4	Formulierungsadäquatheit	70

4.3	Unternehmensgeschichte: Das Untersuchungsmodell	73
4.4	Zusammenfassung	75
5	Analyse von Texten zur Unternehmensgeschichte	79
5.1	Überblick und Untersuchungskorpus	79
5.2	Textlinguistische Analyse der Unternehmensgeschichte	81
5.2.1	Digital strukturiert: Der Kontext	81
5.2.2	Text und Bild: Die Textrealisierung	92
5.2.3	Narration vs. Argumentation: Die Themenentfaltung	98
5.2.4	Unternehmenshistorie: Die sprachlichen Merkmale	114
5.2.5	Information oder Appell: Die Textfunktion	124
5.3	Zusammenfassung	131
6	Narrative Typen der Unternehmensgeschichte	135
6.1	Die Gründerstory	136
6.1.1	Inhaltliche Merkmale der Gründerstory	136
6.1.2	Funktionale und sprachliche Merkmale der Gründerstory	140
6.1.3	Steckbrief der Gründerstory	141
6.2	Meilensteine des Unternehmenserfolgs	141
6.2.1	Inhaltliche Merkmale des Typs Meilensteine	141
6.2.2	Funktionale und sprachliche Merkmale des Typs Meilensteine	144
6.2.3	Steckbrief des Typs Meilensteine	146
6.3	Das Ergebnisprotokoll der Unternehmensgeschichte	147
6.3.1	Inhaltliche Merkmale des Ergebnisprotokolls	147
6.3.2	Funktionale und sprachliche Merkmale des Ergebnisprotokolls	148
6.3.3	Steckbrief des Ergebnisprotokolls	151
6.4	Zusammenfassung	151
7	Frames in der Unternehmensgeschichte	153
7.1	Forschungsstand Framing	153
7.2	Narrativer Frame „Vom Tellerwäscher zum Millionär“	157
7.3	Zusammenfassung	160
8	Fazit	163
9	Anhang	167



<http://www.springer.com/978-3-658-11011-6>

Storytelling und Narration in den Public Relations

Eine textlinguistische Untersuchung der

Unternehmensgeschichte

Schach, A.

2016, VIII, 169 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-11011-6