

---

# Inhaltsverzeichnis

**Teil I   Storytelling in der Organisationskommunikation**

<b>1   Wenn Sie nicht anders sind, dann seien Sie besser billig – Wie sich Unternehmen mit einer guten Story in einer überkommunizierten Welt differenzieren</b> .....	3
Veit Etzold	
<b>2   Von Hollywood lernen? Erfolgskonzepte des Corporate Storytelling</b> .....	13
Petra Sammer	
<b>3   Digital Storytelling als intensives Erlebnis – Wie digitale Medien erlebnisreiche Geschichten in der Unternehmenskommunikation ermöglichen</b> .....	33
Dieter Georg Adlmaier-Herbst und Thomas Heinrich Musiolik	
<b>4   Von der Gründerstory bis zum Ergebnisprotokoll: textlinguistische Analyse der Unternehmensgeschichte.</b> .....	61
Annika Schach	
<b>5   Rote Teppiche als soziale Systeme? Eine kommunikationstheoretische Einordnung von Society-Events mit Folgerungen für die Veranstaltungspraxis</b> .....	81
Michael de Vries	
<b>6   Storytelling, das Internet und die Marketingkommunikation – Wie Storytelling mit dem Internet an Bedeutung gewann und was sich daraus für die Marketingkommunikation lernen lässt</b> .....	91
Silvia Ettl-Huber	
<b>7   Corporate Storytelling – Narrative Public Relations zwischen Fakt und Fiktion</b> .....	99
Florian Krüger	

<b>8</b>	<b>Segel hoch und auf zu neuen Ufern – Eine Reise durch die Welt der Storytelling-Methoden im interkulturellen Kontext. ....</b>	<b>109</b>
	Johanna Sell	
 <b>Teil II Erzählformen im Journalismus</b>		
<b>9</b>	<b>Reportage 2.0? Digital Longform Journalism und multimediales Erzählen unter den Bedingungen vernetzter Kommunikation .....</b>	<b>145</b>
	Magdalena Taube	
<b>10</b>	<b>Digital Storytelling: Und wie geht's weiter? Formenevolution im digitalen Erzählraum am Beispiel der Reportage .....</b>	<b>157</b>
	Stefan Heijnk	
<b>11</b>	<b>Aus der Gartenlaube ins World Wide Web – Eine kurze Geschichte des Storytelling im Fotojournalismus .....</b>	<b>175</b>
	Lars Bauernschmitt	
<b>12</b>	<b>Unmarkierte Übergänge und episodische Driften: <i>Boyhood</i> von Richard Linklater .....</b>	<b>185</b>
	Hans-Jörg Kapp	
<b>13</b>	<b>Narrativer Fernsehjournalismus: rezeptions- und kommunikatorbezogene Begründung einer journalistischen Neuorientierung .....</b>	<b>193</b>
	Wilfried Köpke	

Storytelling

Geschichten in Text, Bild und Film

Schach, A. (Hrsg.)

2017, XVIII, 203 S. 11 Abb., 5 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-658-15231-4