

Inhaltsverzeichnis

Teil I Storytelling in der Organisationskommunikation

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

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