

| | |
|------------------------------------|-----------|
| Abkürzungsverzeichnis | 15 |
|------------------------------------|-----------|

| | |
|--|-----------|
| 1. Einleitung in die literarische Ästhetik und Methodik in der Unternehmenskommunikation..... | 17 |
|--|-----------|

| | |
|--|----|
| 1.1. Zur Relevanz der Literarizität in der Unternehmenskommunikation | 18 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 1.1.1. Zur Relevanz literarischer Erzählformen in der Unternehmenskommunikation: ökonomische Effekte guter Geschichten | 19 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| 1.1.2. Relevanz der Kanonisierung unternehmenskommunikatorischer Arbeiten für die Literaturwissenschaft | 24 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| 1.2. Das Corporate-Literature-Modell: Forschungsfragen, Vorgehensweise und Methode | 26 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| 1.2.1. Forschungsfragen und aktueller Forschungsstand | 26 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| 1.2.2. Vorgehensweise und Methode dieser Arbeit | 32 |
|---|----|

| | |
|---|-----------|
| 2. Die grundlegende Ebene des Corporate-Literature-Modells: das narratologische Raster | 41 |
|---|-----------|

| | |
|---|----|
| 2.1. Storytelling als Annäherung eines Modells der Corporate Literature | 42 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| 2.2. Die Zweiteilung der unternehmerischen Erzählung: literaturwissenschaftliche Grundlage | 53 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 2.2.1. Was wird erzählt? – Der Inhalt der erzählten Welt in einem Werk der Unternehmenskommunikation | 73 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 2.2.1.1. Oberflächenstrukturelle Handlungselemente der unternehmerischen Erzählung | 74 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| 2.2.1.2. Tiefenstrukturelle Handlungsausprägungen unternehmerischer Erzählung | 80 |
|---|----|

| | |
|---|------------|
| 2.2.1.3. Von Helden und Schurken: Protagonisten, Antagonisten und andere handelnde Charaktere | 96 |
| 2.2.1.4. Räumliche Gegebenheiten | 103 |
| 2.2.2. Wie wird erzählt? – Bedeutungshaftigkeit und Semiotik im Diskurs der unternehmerischen Erzählung | 107 |
| 2.2.2.1. Die vermittelnde bzw. erzählende Instanz | 111 |
| 2.2.2.2. Die Unzuverlässigkeit des Erzählens | 146 |
| 2.2.2.3. Zeitliche Gegebenheiten | 147 |
| 2.3. Warum wird erzählt? – Zur Auswirkung und Steuerung von Leseraffekten | 156 |
| 2.4. Die Analysemethode für das narratologische Raster der Corporate Literature | 163 |
| 2.5. Zusammenfassung | 167 |
| | |
| 3. Die zweite Ebene des Corporate-Literature-Modells: das biologisch-psychologische Raster | 173 |
| 3.1. Erfolgsfaktor Aufmerksamkeit | 176 |
| 3.2. Aufmerksamkeit gewinnen und aufrechterhalten – Kognitive Mechanismen als Grundvoraussetzung für Literarizität | 180 |
| 3.3. Die Analysemethode für das biologisch-psychologische Raster | 193 |
| 3.4. Zusammenfassung | 195 |
| | |
| 4. Die dritte Ebene des Corporate-Literature-Modells: das Corporate-Communication-Raster | 199 |
| 4.1. Die unternehmerischen Botschaften und ihre Emotionalisierung | 199 |
| 4.2. Das Gerüst der unternehmerischen Botschaft: Corporate Communication | 204 |
| 4.2.1. Was ist Unternehmenskommunikation? Eine Definition | 204 |
| 4.2.2. Integrierte Kommunikation als Konzept ganzheitlicher Rezipientenansprache | 216 |
| 4.2.3. Corporate Publishing und seine Erscheinungsformen als Trägermedium der Corporate Communication | 222 |

| | |
|--|-----|
| 4.2.3.1. Corporate Publishing in gedruckter Form | 225 |
| 4.2.3.2. Audiovisuelles Corporate Publishing | 228 |
| 4.2.3.3. Online- und Social-Media-Corporate-Publishing ... | 231 |
| 4.3. Corporate Reputation und Image als Manifestation der Wahrnehmung | 233 |
| 4.4. Der Rezipient als Endpunkt der Corporate Literature | 239 |
| 4.5. Die Analysemethode für das Corporate-Communication-Raster | 243 |
| 4.6. Zusammenfassung | 245 |

5. Das Corporate-Literature-Modell in der Praxis: Markierende Aspekte literarischen Erzählens in der Unternehmenskommunikation

249

| | |
|---|-----|
| 5.1. Literarizität durch die Heldenreise als Konstituente unternehmerischer Identität und Herkunft | 252 |
| 5.1.1. Das narratologische Raster | 253 |
| 5.1.1.1. Die Geschichte bzw. Histoire des Werkes „Lebenserinnerung – Autobiografie Werner von Siemens“ | 257 |
| 5.1.1.2. Der Diskurs des Werkes „Lebenserinnerung – Autobiografie Werner von Siemens“ | 272 |
| 5.1.1.3. Leseraffekte im Werk „Lebenserinnerungen“ | 281 |
| 5.1.2. Das biologisch-psychologische Raster | 282 |
| 5.1.3. Das Corporate-Communication-Raster | 285 |
| 5.1.4. Zusammenfassung | 289 |
| 5.2. Literarizität durch die Organisation von Botschaften als Rahmen- und Binnenerzählungen in Corporate-Campaign- Videos | 289 |
| 5.2.1. Narratologisches Raster | 290 |
| 5.2.1.1. Die Geschichte bzw. Histoire des Werkes „Grow Up“ | 290 |
| 5.2.1.2. Der Diskurs des Werkes „Grow Up“ | 314 |
| 5.2.1.3. Leseraffekte des Werkes „Grow Up“ | 333 |
| 5.2.2. Biologisch-psychologisches Raster | 336 |

| | |
|---|-----|
| 5.2.3. Corporate-Communication-Raster | 339 |
| 5.2.4. Zusammenfassung | 344 |
| 5.3. Literarizität durch Rekurs: Mythos und archetypische Handlungsschemata; zum Fantastischen als Träger von Botschaften | 345 |
| 5.3.1. Narratologisches Raster | 345 |
| 5.3.1.1. Die Geschichte bzw. Histoire des Werkes „Die Geschichte von Eatkarus“ | 349 |
| 5.3.1.2. Der Diskurs des Werkes „Die Geschichte von Eatkarus“ | 358 |
| 5.3.1.3. Leseraffekte des Werkes „Die Geschichte von Eatkarus“ | 367 |
| 5.3.2. Biologisch-psychologisches Raster im Werk „Die Geschichte von Eatkarus“ | 368 |
| 5.3.3. Corporate-Communication-Raster im Werk „Die Geschichte von Eatkarus“ | 372 |
| 5.3.4. Zusammenfassung | 376 |
| 5.4. Zusammenfassung des Kapitels | 376 |

**6. Ausblick und Zusammenfassung: Auswirkungen
des Corporate-Literature-Modells auf
Unternehmenskommunikation und Literaturwissenschaft.....** 383

| | |
|---|-----|
| 6.1. Die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Unternehmenskommunikation und die Corporate Literature | 384 |
| 6.2. Die Auswirkungen der Corporate Literature auf produktive Aspekte der Unternehmenskommunikation | 401 |
| 6.3. Die Auswirkungen der Corporate Literature auf gattungspoetische Fragen der Literaturwissenschaft | 405 |
| 6.4. Zusammenfassung und Fazit der Arbeit | 415 |

| | |
|---|-----|
| Anhang | 425 |
| Anhang A: Erzählkategorien nach Swantje Ehlers | 425 |
| Anhang B: Details der Handlungsanalyse des Werkes „Lebenserinnerungen – Autobiografie Werner von Siemens“ | 427 |
| Anhang C: Filmprotokoll des Gesamtwerkes „Grow Up“ | 434 |
| Anhang D: Filmprotokoll des Werkes „Die Geschichte von Eatkarus“ | 442 |
| | |
| Abbildungsverzeichnis | 445 |
| | |
| Tabellenverzeichnis | 451 |
| | |
| Glossar | 453 |
| | |
| Literaturverzeichnis | 457 |