

---

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einführung in das Thema</b>	1
1.1	Storytelling als Trendthema	1
1.2	Grundunterscheidung zwischen Inhalt und Darstellung	3
1.3	Theoretische Perspektiven und textlinguistische Untersuchung	7
<b>2</b>	<b>Storytelling in der PR-Praxis</b>	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
<b>3</b>	<b>Die Erzählung in der Literaturwissenschaft</b>	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
<b>4</b>	<b>Der Text und die Textsorte in der Textlinguistik</b>	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
<b>5</b>	<b>Analyse von Texten zur Unternehmensgeschichte .....</b>	<b>79</b>
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
<b>6</b>	<b>Narrative Typen der Unternehmensgeschichte .....</b>	<b>135</b>
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
<b>7</b>	<b>Frames in der Unternehmensgeschichte .....</b>	<b>153</b>
7.1	Forschungsstand Framing .....	153
7.2	Narrativer Frame „Vom Tellerwäscher zum Millionär“ .....	157
7.3	Zusammenfassung .....	160
<b>8</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>163</b>
<b>9</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>167</b>



<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