



Silvia Ettl-Huber (Hrsg.)

# Storytelling in Journalismus, Organisations- und Marketingkommunikation

- Eine medienwissenschaftliche Studie
- Empirische Ergebnisse aus der Forschung
- Analyse zur Wirkung von Storytelling

Die Autorinnen und Autoren des Sammelbandes beschäftigten sich damit, wie Storytelling im Journalismus und in der Organisations- sowie der Marketingkommunikation wirkt. Dabei gehen sie der Frage nach, ob es auch Unterschiede gibt, die je nach beruflicher Praxis zu beachten sind. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus drei Hochschulen haben dafür ihr Wissen zusammengetragen und präsentieren auch empirische Ergebnisse aus ihrer Forschung. Zudem erlaubt sich der Band einen Ausflug in die Wirkung von Storytelling als Betrugswerkzeug, zur Wirkung von Wortbedeutungen in Storytellingtexten und in die Welt der politischen Mythen.

1. Aufl. 2019, IX, 244 S. 1 Abb.

## Gedrucktes Buch

Softcover

[1]49,99 € (D) | 51,39 € (A) | CHF  
55,50

## eBook

[2]39,99 € (D) | 39,99 € (A) | CHF  
44,00

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder  
[springer.com/shop](http://springer.com/shop)

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: [customerservice@springer.com](mailto:customerservice@springer.com) / Web: [springer.com](http://springer.com)

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen. Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

