

HANSER

Storytelling - Das Praxisbuch

Karolina Frenzel, Hermann Sottong, Michael
Müller

ISBN 3-446-40698-0

Inhaltsverzeichnis

Weitere Informationen oder Bestellungen unter
<http://www.hanser.de/3-446-40698-0> sowie im Buchhandel

Inhalt

Einleitung: Storytelling – mehr als einfach nur Erzählen	1
TEIL I: Die Kraft des Erzählens – Haltung und Hintergründe	11
Die Wiederentdeckung des narrativen Denkens	13
Storytelling als wertschätzende Kommunikationsform	24
Storytelling: Realismus und Möglichkeitssinn	34
Storytelling in der Organisation verankern	44
Meeting-Point 1: Göttingen 1812	48
TEIL II: Die Kunst, eine gute Geschichte zu erzählen: Geschichten bauen und verbessern	51
Vom Erlebnis zur Geschichte	53
Kurz und prägnant: Die eigene Core-Story entwickeln	60
Gute Geschichten, klare Botschaften	64
Der Vorher-Nachher-Effekt: Jede Geschichte erzählt vom Wandel	73
Helden, Erzähler und andere Beteiligte	88
Tschechows Pistole und der Schwertwal: Funktionalität und Kausalität	102
Die Dramaturgie des Erzählens	111
Aufbruch ins Unbekannte: Das Erzählmodell der Heldenreise	118
Story-Shaping: Geschichten Schritt für Schritt verbessern	139
Performance: Erzählen für alle Sinne	148
Der Erzähler und seine Zuhörer	180
Meeting-Point 2: Bodenwerder 1781	185
TEIL III: Die Stunde des Erzählens: Einsatzmöglichkeiten für Storytelling im Unternehmen	191
Jeder ist ein Erzähler	193
1001 Ort für eine gute Geschichte	197
Storytelling-Tools für Teams und Projektgruppen	199

Story-Storming: Großgruppenarbeit mit Storytelling	205
Storytelling und Führung: Aus Geschichten lernen	214
Geschichten vom Kunden	217
Geschichten in PR und Marketing	224
Storytelling ist immer Knowledge-Sharing	231
Meeting-Point 3: Oxford 1865	235
Schlussbemerkung	244
Literaturverzeichnis	246
Die Autoren	248