

Stichwortverzeichnis

Nummern

- 3-teiliger Aufbau 51
- 5-Akte-Aufbau 52
- 7 Plots 53

A

- Alleinstellungsmerkmal 71
- Anfang 61, 186, 308
- Animierte Bilder 162
- Archetypen 44, 54, 190
- Auktorialer Erzähler 50
- Authentisch/ehrlich 183, 235, 238, 245, 251, 255, 266, 268, 269, 274, 311
- Autonomiesystem 74

B

- b2b oder Geschäftskunden 74, 220
- Basisstruktur
 - Das Monster besiegen 53
 - Die Suche 53
 - Komödie 54
 - Reise und Rückkehr 53
 - Tragödie 54
 - Vom Tellerwäscher zum Millionär 53
 - Wiedergeburt 54
- Bekanntheitsgrad 259
- Bild/Bilder 112, 160, 176, 254
 - Fotos 110
 - Produkte/Projekte 116
- Bilder
 - animierte 162
 - dynamische 162
 - Einzelbilder 161
- Bilderstrecken 162
- Blog 210
- Botschaft 39, 46, 69, 86, 88
 - Konflikte 89
 - prodesse/delectare, nützen/unterhalten 34, 199, 200
 - Werbebotschaften 37, 90, 192, 201, 281
- Branche als Thema 120
- Branchen
 - Bauen/Immobilien 135, 141
 - Bildung/Unterricht/Training 142, 146, 147, 250
 - Dienstleistungen div. 91, 139–142, 144, 145

- Freizeit/Hobby/Sport 129, 146, 147, 152, 247
 - Gesundheit/Wohlbefinden 125, 150, 152, 153
 - Handel/Online-Shops 124, 130, 234, 237, 247, 248, 263, 271
 - Handwerk/Produktion 135, 138, 263, 271
 - Haus/Garten/Tiere 128, 129, 147, 247
 - Haushalt/Möbel 127
 - Lebensmittel/Getränke 125, 137, 231, 241
 - Medien/Kultur 144, 148, 149
 - Mode/Schuhe/Schmuck/Accessoires 126, 127, 153, 263, 271
 - Tourismus/Gastronomie/Hotellerie 131, 253, 260
 - Transport/Verkehr 133
 - Wissenschaft/Technik 139
- Budget 78, 81

C

- Case Studies 168, 194
- Checkliste 205
- Clickbaiting 187
- Cliffhanger 66
- Cluetrain-Manifest 38
- Crossmediales Storytelling 33

D

- Dale Carnegies Story-Formel 57
- Das-ist-ja-schrecklich-Geschichten 106
- Data Storytelling 33, 121
- Dickman, Robert 58
- Digital Storytelling 32
- Dramaturgie 63
- Dynamische Bilder 162

E

- Earned Media 208
- Einwand-Geschichten 106
- Elemente/Bausteine 41, 47, 49
- Elevator Pitch 165
- Emotion 35, 58, 61, 65, 97, 110, 190, 274, 288, 303
- Menschliches 39, 183, 317

Erfolg

- positive Rückmeldungen 238, 243, 251, 268, 273, 274, 278, 282, 289, 293, 295, 298
 - wirtschaftlicher Erfolg/Umsatz 237, 242, 273, 275, 294
- Erregungssystem 73
- Erzähler 49, 86
 - auktorialer 50
 - Ich 49
 - personaler 49

Existenzgründer 95, 123, 196, 233, 257, 259, 265, 275

Exposition 52

Externer Blickwinkel 102

F

- Facebook 212
- Fachinformationen/Studien als Thema 120
- Fehler/Flops 311, 313
- Fehler/Probleme 183
 - Shitstorm 238, 318
- Figuren
 - Haupt-/Nebenfiguren 41, 43, 307
 - Held 41, 180, 197, 307
- Flickr 216
- Flow 36
- Formate 160, 222
 - Audioblogs/Podcasts 164, 175
 - Bildanimation/anigif 162
 - Bilder dynamisch/Vergleichsfotos 162
 - Bilder/Slideshows 172, 176
 - Bilderstrecke/GraphicNovel 162
 - Blog/Blogbeiträge 175, 234, 236, 238, 244, 251, 254, 265, 267, 273, 275, 277, 280, 289, 291, 299, 300
 - Elevator Pitch 165
 - Hashtags 171, 213, 215
 - Illustrationen/Infografiken 161, 163, 282
 - Interviews 290
 - Katalog/Magalog 167, 263, 271
 - Kundenberichte/Testimonials 168, 280, 290

322 Stichwortverzeichnis

- Kurztexte/Mikroformate 165, 171, 198, 199, 275, 317
LandingPage 280, 291
Listicles oder Aufzählungen 169
Mailing/Newsletter 168, 236, 238, 244, 260, 271, 272, 277, 284, 287, 299
Mikrotexte/Teaser etc. 171, 204
Presse/Pressemeldung 170
Presse/Pressemeldungen 214
Pressemeldungen/(Fach-) Presse 260, 272, 284, 290, 294
Serien/Reihen 224, 234, 254, 258, 278
Texte div. Formate 165, 254, 264, 272, 279, 280, 294
Texte Web/Blog 166
Videos/Vlogs 173, 235, 244, 273, 278
Fragen als Thema 118
- G**
Gattungen 37, 198
Gegenspieler 43
Geheimnis-Geschichten 106
Gehirn 35, 36, 315
 Flow/Immersion 36
 schnelles Denken – langsames Denken 160
 Theory of Mind 36
Gemeinsam-geht's-besser-Geschichten 104
Gescheitert-und-gelernt-Geschichten 104
Geschichte
 Definition 33
 Elemente/Bausteine 34
Geschichte des Geschäftsführers 97
Geschichte des Gründers 96
Geschichten
 literarisch 197
Geschichten erzählen 157
Geschichten Ihrer Mitarbeiter und Kollegen 100
Glenn, Joshua 302
Golden Circle 60
Gründungsgeschichte 95
- H**
Handlung 44, 48
Held 41, 86
Heldenreise 54, 55, 194
 adaptiert 194
 interaktive Geschichte 197
- Herbst, Dieter 160
Hilfsmittel 48
Höhepunkt 52, 66
Humor 184, 199, 201, 254, 278, 280
Hyperlinks 32
Hypertext 32
- I**
Ich-bin-spitze-Geschichten 104
Ich-Erzähler 49
Ideen
 Produzieren 82
Ideen für Geschichten
 Autos, LKWs 133
 Bau und Gebäude 135
 Bau- und Heimwerkermärkte 128
 (Computer-)Spiele entwickeln 148
 Elektrofachmärkte 128
 Fachkräfte oder Wissen vermitteln 142
 Fahrschulen, Taxi 134
 Finanzen und Organisation 140
 Floristik und Garten 129
 Freizeiterlebnisse ermöglichen 147
 Gaststätten und Cateringunternehmen 131
 Gesundheit und Wohlbefinden 125
 Großhandel/gewerblicher Handel 124
 Hobby und Freizeit 130
 Hotels, Pensionen, Campingplätze und Tourismusbüros 132
 Lebensmittel und Getränke 125
 Marketing und Medien 144
 Mode
 Möbel und Wohnaccessoires 127
 Nahrungsmittel und Getränke 137, 138
 Objekte vermieten, vermitteln 141
 Online-Shops 130
 Sportartikel/Outdoor 129
 Uhren, Schmuck und Lederwaren 127
 Unterrichten und trainieren 146
 Wissenschaft und Technik 139
 Zoofachhandel 129
- Identifikation 35, 180, 184, 190
Image/Bekanntheitsgrad 243, 248, 255, 257, 293
Immersion 36
Instagram 215
Interaktion/Dialog 36, 38, 197, 205, 225, 237, 238, 245, 258, 259, 265, 266, 268, 275, 281
- K**
Kahneman, Daniel 160
Katastrophe 53
Kommunikationsstrategie 82, 85, 225
Kommunikationsziel 89
Konflikt 44, 86, 307
Konflikt und Spannung 46, 63, 187, 188
Konflikte
 äußere 45, 89
 innere 45, 89
 klassische 46
Konflikte/Motive 46, 89
Kosten 78
kreativ/Kreativität 197
Küchenzuruf 89
Kürzere Formate 165
Kunden als Thema 117
Kundenbindung 234, 237, 249, 257, 267, 281, 293, 301, 303
Kundennutzen 70, 168, 272, 284, 289
 emotionaler Nutzen 70, 220, 249, 256
- L**
Langformate 165
Leitmotive 49
Leseransprache Du/Sie? 186
LinkedIn 218
- M**
Markt/Wettbewerb 316
Maxwell, Richard 58
Medien/Kanäle 76
 auditive Medien 164
 Blogparaden 211
 eigene Website/Blog 166, 175, 207, 209, 210
 Image/Glaubwürdigkeit 78
 Inhalte teilen 224
 Kategorien owned/paid/earned 207
 Kriterien/Auswahl 77, 87
 Landingpage 166

- Medienmix/crossmedial
169, 172, 175
Messenger-Dienste 213
Netzwerk/Community auf-
bauen 224
nicht-eigene Kanäle 177,
208, 210, 211
Region/Reichweite 77
Social-Media-Kanäle 176,
212, 213, 215–218, 220, 221
textbasierte Medien 165
visuelle Medien 160
Medienplan 78
Mikroformate 165, 198
Mitarbeitergewinnung 209,
279
Mitmachaktionen als Thema
122
Mittelteil 61
Mood-Board 76
Motivationsysteme 72
Motive
klassische 46, 47
Multiperspektiven-Ge-
schichten 109
Musik, Heinrich 160
Mustervorlagen 36, 197
Mythos/Mythen 54
- N**
Narrativer Haken 171, 188
Nebenfiguren 43
Notizen machen 254, 319
- O**
Owned Media 207
- P**
Paid-Media 208
Peripetie 52
Persona oder Prototyp 75,
281
Personaler Erzähler 49
Perspektive 50, 94, 100, 102,
109, 183, 190, 222
Pinterest 215
Pixars Story Spine 56
Planung 181
Kapazitäten/Ressourcen
81, 226, 315
strategische Planung 69,
72, 76
Positionierung 70
Pressemitteilungen 170
Presseportale 214
Produkte als Thema 115
Produktgeschichte 99
Produzieren 185
Publizieren 207, 222, 224
Auswertung/Erfolgskon-
trolle 226
Zeitpunkt 223
- R**
Rätsel als Thema 122
Reason why 70
Rechtliche Fragen 25
Redaktionsplan 78, 80, 238,
254
Redaktionssystem 209
Redaktionsteam 81, 209, 255,
265, 292, 294
Requisiten 48
- S**
Saisonale Geschichten 80,
105, 223
Schluss/Ende 62, 308
Schreiben 185
bildhaft und anschaulich
191
MindMap/Clustering 182
Plot 182
Schreibtypen 181
showing statt telling 192
Schritt-für-Schritt-Anlei-
tung 118
Setting 48
Seven-Plots-Basisstruktur
siehe Basisstruktur
Sicherheitssystem 73
Sinek, Simon 60
Sinn/Bedeutung 303
Sinnfindung 199
SlideShare 217
Slideshows 172
Snapchat 216
Social-Media-Kanäle 74
Spannung 52, 63, 65
Cliffhanger 66
Erwartungshaltung des Le-
sers 190
Spannungsaufbau 188
Spiegelneuronen 35
Statistiken als Thema 121
Stock und flow (Robin Sloan)
226
Storytelling-Arten 31
crossmediales Storytelling
33, 249, 254, 263, 267, 271
digital Storytelling 32
dynamisches Storytelling
33
linear/nicht-linear 32
transmediales Storytelling
33
visual Storytelling 33, 237,
265, 267, 274, 294, 300,
302
Struktur/Aufbau 109, 159,
308
3-teiliger Aufbau 51
7 Plots 53
Anfang 61
Carnegies Story-Formel 57
Der 5-Akte-Aufbau 52
Golden Circle 60
Heldenreise 54, 194, 317
Mittelteil 61
Schluss/Ende 62
Story Spine 56
Story-Formel nach Max-
well/Dickman 58
V-Formel 57
Vorher-Nachher-Brücke
59
Weitere Prinzipien 63
Success Studies 168, 194
- T**
Tausender-Kontakt-Preis
78, 79
Thematische Vielfalt 76
Themen 221, 312
aus dem Alltag 113
Auszubildende 255, 280
Einblick/hinter den Kulis-
sen 233, 242, 245, 268,
269, 271, 274, 275, 298,
300
Einzelunternehmer 103
Existenzgründer 95, 123,
196, 233, 257, 259, 265, 275
Fachinfos/Brancheninfos/
Veranstaltungen 120, 241,
249, 277, 280, 284, 290–
292, 297
Fehler/Scheitern 104, 193
Gründer/Geschäftsführer
96, 97
Gutes tun/Engagement
110, 256
Ideen/Themen finden 80,
81, 93, 254, 316
Kunden/Fallbeispiele 194,
283, 297
Kunden/Kundenbericht
194, 197
Kunden/Kundenberichte
102, 117
Lieferanten/Partner/Ex-
perten 103, 114
Mitarbeiter/Kollegen 100,
111, 259

324 Stichwortverzeichnis

- Produkte/Entwicklung 234, 249, 263, 271, 274, 300
 - Produkte/Leistungen 99, 115, 282
 - Produktentwicklung 289
 - Rätsel/Mitmachaktionen 122, 197, 233, 247, 264, 267, 273, 279, 291, 302
 - Regionales 105, 254, 287
 - saisonale Anlässe 80, 105, 223
 - Technik/Infrastruktur 120
 - Termine/Veranstaltungen 80
 - Tipps/Fragen 118
 - Unternehmensgründung/Unternehmensentwicklung 95
 - Videos/Vlogs 298
 - Zahlen/Statistiken 121
 - Themen/Inhalte 80
 - Theory of Mind 36
 - Transformation/Wandel 54, 62
 - Transmediales Storytelling 33
 - Twitter 213
- U**
- Unique Selling Proposition (USP) 71
- V**
- V-Formel 57
 - Veranstaltungen als Thema 119
 - Videoblogs 175
 - Vimeo 217
 - Vision 99
 - Visual Storytelling 33
 - Vorher-Nachher-Brücke 59
- W**
- Walker, Rob 302
 - Was-wäre-gewesen-wenn-Geschichten 104
 - Werbemittel 77
 - Werte-sind-wichtig-Geschichten 104
 - Werte/Unternehmenswerte 257, 266, 288, 302
 - Wettbewerb 70
 - Why oder Warum 60
- Wir-sind-von-hier-Geschichten** 105
- WordPress** 209
- X**
- XING 217
- Y**
- YouTube 216
- Z**
- Zielgruppe
 - Mediennutzung/Medienauswahl 77
 - Zielgruppe(n) 58, 70, 72, 74, 87, 181, 221
 - Collage/Mood-Board 76
 - Persona oder Prototyp 75
 - Zielgruppe Geschichten 86
 - Zürcher Modell der sozialen Motivation 72