

Inhaltsverzeichnis

Zu den Preisträger*innen	5
Tabellenverzeichnis	14
Abkürzungsverzeichnis	15
1 Einleitung	17
1.1 Fragestellung	19
1.2 Methode	19
1.3 Stand der Forschung	20
1.4 Definitionen	22
2 Storytelling	24
2.1 Storytelling – eine Erklärung	24
2.2 Storytelling im Marketing	27
2.3 Beispiele für Storytelling im Marketing	31
2.3.1 Beispiele aus der Privatwirtschaft	31
2.3.2 Beispiele aus dem Kultursektor	33
2.4 Kritik an der Methode	35
3 Geschichten	37
3.1 Inhalte einer guten Geschichte	37
3.2 Aufbau einer guten Geschichte	40
3.2.1 Overcoming the Monster oder Besiege das Monster	41
3.2.2 Rags to Riches oder Vom Tellerwäscher zum Millionär	42
3.2.3 The Quest oder Die Heldenreise	42
3.2.4 Voyage and Return oder Die Reise und die Rückkehr	43
3.2.5 Comedy oder Die Komödie	43

3.2.6	Tragedy oder Die Tragödie	44
3.2.7	Rebirth oder Die Wiedergeburt	45
3.3	Zusammenfassung	45
4	Marketing und Bibliotheken	46
4.1	Herausforderungen für Bibliotheken	46
4.2	Storytelling für Bibliotheken	47
5	Jahresberichte in Öffentlichen Bibliotheken	49
5.1	Analyse von Jahresberichten	49
5.1.1	Methode	49
5.1.2	Sektion 1	51
5.1.3	Sektion 2	54
5.1.4	Sektion 3 A	57
5.1.5	Sektion 3 B	60
5.2	Ergebnis	63
6	Die Einbindung von Storytelling in Jahresberichte	67
6.1	Muster-Jahresbericht	67
6.2	Storytelling in den Muster-Jahresbericht einbinden	69
6.2.1	Vorbereitung	69
6.2.2	Identifizieren und Entwickeln der Geschichte	70
6.2.3	Festhalten der Geschichte	71
6.2.4	Wirkung der Geschichte prüfen	72
6.3	Beispiele	72
6.4	Storytelling im präsentierten Jahresbericht	80
6.5	Bedenken	82
7	Fazit	84
8	Ausblick und Diskussion	87

Literatur	89
Anhang A: Analysierte Jahresberichte	94
Anhang B: Auswertungstabellen der qualitativen Analyse	97
Anhang C: Storytelling durch die Verwendung von handschriftlichen Zitaten	105