

# Inhalt

---

## **Danksagung | 7**

## **1 Einleitung | 9**

- 1.1 Thema | 9
- 1.2 Motivation | 11
- 1.3 Fragestellung und Vorgehen | 11
- 1.4 Gliederung | 12
- 1.5 Methodik und Quellen | 13

## **2 Theorie: Storytelling, Public Relations und Museen | 17**

- 2.1 Storytelling – Konzept und Entstehung | 17
- 2.2 Public Relations als Beziehungsmanagement der Organisation | 25
- 2.3 Museen – Definitionen, Selbstverständnis und Kommunikation | 29
- 2.4 Zwischenfazit | 39

## **3 Praxis: Storytelling als Instrument der PR für Museen | 41**

- 3.1 Storytelling als narrative Vermittlung von Inhalten | 41
  - 3.1.1 Bestandteile von Storytelling | 43
    - 3.1.1.1 Die Erzählung – Story | 44
    - 3.1.1.2 Der Akt des Erzählens – Telling | 46
  - 3.1.2 Storytelling-Anwendung | 49
    - 3.1.2.1 Akteure und Erzähler | 49
    - 3.1.2.2 Emotionen | 51
    - 3.1.2.3 Partizipation und Wissensmanagement | 52
- 3.2 Storytelling für Museen | 55
  - 3.2.1 Storytelling als narrative Interpretation | 56
  - 3.2.2 Anwendungsgebiete & Beispiele | 58

3.2.2.1 Akteure und Erzähler nutzen	58
3.2.2.2 Emotionen ansprechen	66
3.2.2.3 Partizipation fördern, Wissen erfassen	74
3.3 Zwischenfazit	80

## **4 Diskussion: Herausforderungen und Chancen | 85**

4.1 Museen und PR – Eine schwierige Beziehung?	86
4.2 Storytelling – Fiktion und Verzerrung?	90
4.3 Komplexitätsreduktion oder Verständnissteigerung?	92
4.4 Emotionen in der Vermittlung	94
4.5 Verlust der Deutungshoheit durch narrative Kommunikation?	96
4.6 Storytelling und Ressourcen	98
4.7 Zwischenfazit	100

## **5 Fazit und Ausblick | 103**

## **6 Quellen- und Literaturverzeichnis | 113**

## **7 Abbildungsverzeichnis | 127**

## **8 Anhang | 131**

8.1 Abstract	131
8.2 Handreichung Storytelling – Fragen und Antworten	131